

2021

**LEONARDO  
LEÇA RIBEIRO**

**“AGAIN”  
UMA EXPLORAÇÃO AUDIOVISUAL  
NOS DOMÍNIOS DA PERCEPÇÃO E DA  
ATENÇÃO**



2021

**LEONARDO  
LEÇA RIBEIRO**

**“AGAIN”  
UMA EXPLORAÇÃO AUDIOVISUAL  
NOS DOMÍNIOS DA PERCEPÇÃO E DA  
ATENÇÃO**

Projeto apresentado ao IADE - Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação da Universidade Europeia, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design e Cultura Visual realizado sob a orientação científica do Doutor Thomas Behrens, Professor Auxiliar da Universidade Europeia - IADE.





Dedico este trabalho a Alexandre, Ana Cláudia e Catarina.



## **Agradecimentos**

Começo por agradecer ao meu orientador, Professor Doutor Thomas Behrens, cujos auxílio e dedicação me permitiram a conclusão deste projeto. Também gostaria de agradecer aos meus pais, que me incentivaram durante toda a minha vida para seguir aquilo que desejava, à Catarina, que me deu suporte e inspiração em todos os momentos que mais precisei, aos meus amigos e família, que foram compreensivos e solidários durante todo este processo, e aos profissionais que se disponibilizaram para colaborar na validação deste projeto. Muito obrigado a todos.



## Palavras-chave

Percepção; Atenção; Design Visual; Realidade; Perspectiva.

## Resumo

A sociedade contemporânea está constantemente cercada por criações visuais. Considerando que estas são desenvolvidas com a intenção de comunicar e que as pessoas estabelecem opiniões com base naquilo que experienciam, a realidade do ambiente é definida pelos criadores. Entretanto, a quantidade de conteúdo está a tornar esta sociedade saturada, onde juntamente com a ideia de consumir o máximo de informação possível, as pessoas passam a disponibilizar menos tempo e atenção para cada produto individual.

Desta forma, foi desenvolvida uma investigação sobre as influências da percepção na criação de conteúdo visual. O projeto elaborado possui o propósito de provar a fragilidade da concepção da realidade e como a atenção permite a manipulação desta, formando expectativas perante uma perspectiva particular. Seguindo uma metodologia direcionada para este trabalho, que segmentou o processo em fases de desenvolvimento, foi possível definir os aspectos necessários para a sua conclusão. Os conhecimentos adquiridos, sobre a situação do ambiente em que as produções são realizadas, as diversas condições que interferem na observação e as técnicas necessárias para a criação visual, propiciaram uma base para o avanço da realização concreta.

O projeto, intitulado “AGAIN”, consiste em uma animação basicamente tipográfica que foi desenvolvida de acordo com princípios e técnicas visuais que sugerissem uma visualização específica desejada. Esta também apresenta uma mensagem para alertar sobre a situação da alienação no ambiente atual.

Como forma de provar a funcionalidade deste resultado, como o seu propósito era estar capaz de ser aplicado num contexto real, a sua validação foi realizada com profissionais da área criativa e da comunicação. As respostas demonstraram a utilidade do vídeo e comprovam a relevância do tema.

O resultado do projeto confirma a vulnerabilidade da percepção e apresenta a necessidade deste conhecimento para criações na área do design, viabilizando este tipo de aplicação para propostas futuras.



**Keywords**

Perception; Attention, Visual Design; Reality; Perspective.

**Abstract**

Contemporary society is constantly surrounded by visual creations. Considering that these are developed with the intention of communicating and that people establish opinions based on what they experience, the environment's reality is defined by the creators. However, the amount of content is saturating society, where together with the idea of consuming as much information as possible, people start spending less time and attention available on each individual product.

Accordingly, an investigation about how perception influences the creation of visual content was developed. The project's purpose is to prove the fragility of the conception of reality and how attention allows its manipulation, forming expectations by a particular perspective.

Following a methodology directed for this work, which segmented the process in stages of development, it was possible to define the aspects necessary for its conclusion. The knowledge acquired, about the environment's situation in which the products are made, the various conditions that interfere with observation and the techniques necessary for visual creation, provided a basis for the advancement of practical execution.

The project, entitled "AGAIN", consists of a typographic animation that was developed according to visual principles and techniques that suggest a specific desired visualization. It also presents a message warning about the situation of alienation in the current environment.

As a way to verify the functionality of this result, as its purpose was to be able to be applied in a real context, its validation was carried out with creative and communication professionals. The responses prove the utility of the video and the relevance of the topic.

The project's result confirms the vulnerability of perception and presents the need for this knowledge for creations in the design area, enabling this type of application for future proposals.





## ÍNDICE:

Agradecimentos

Palavras-chave e Resumo

Keywords and Abstract

### **PARTE I: SECÇÃO INTRODUTÓRIA .....p. 1**

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>p. 2</b>
1.1. Nota de Motivação .....	p. 2
1.2. Tema .....	p. 2
1.3. Problemática .....	p. 3
1.4. Objetivos .....	p. 3
1.5. Questões de Investigação .....	p. 4
1.6. Metodologia .....	p. 5
1.7. Sobre o Projeto .....	p. 5

### **PARTE II: ENQUADRAMENTO TEÓRICO .....p. 7**

<b>2. REVISÃO DE LITERATURA .....</b>	<b>p. 8</b>
2.1. Introdução .....	p. 8
2.2. Cultura Visual .....	p. 8
2.2.1. Contexto da Cultura Visual .....	p. 8
2.2.2. Literacia Visual .....	p. 10
2.2.3. Visualidade da Sociedade Contemporânea .....	p. 12
2.3. Percepção Visual .....	p. 14
2.3.1. Conceito de Percepção Visual .....	p. 14
2.3.2. Observador como Foco da Criação .....	p. 16
2.3.3. Cognição .....	p. 17
2.3.4. Memória .....	p. 19
2.3.5. Associação .....	p. 20
2.3.6. Atenção .....	p. 21
2.3.7. Construtivismo .....	p. 24
2.3.8. Perspectiva .....	p. 25
2.3.9. Realidade .....	p. 28
2.3.10. Ilusão .....	p. 31
2.3.11. Forma .....	p. 35
2.3.12. Movimento .....	p. 38
2.3.13. Semiótica .....	p. 39
2.4. Design .....	p. 41
2.4.1. Papel do Design na Sociedade .....	p. 41
2.4.2. Narrativa .....	p. 43
2.4.3. Tipografia .....	p. 46
2.4.4. Cor .....	p. 47
2.4.5. Animação .....	p. 48
2.5. Conclusão .....	p. 50

### **PARTE III: METODOLOGIA PROJETUAL .....p. 52**

<b>3. METODOLOGIA .....</b>	<b>p. 53</b>
3.1. Introdução .....	p. 53
3.2. Métodos Utilizados .....	p. 53
3.3. Desenvolvimento da Metodologia Aplicada .....	p. 56
3.3.1. Fase 1: Compreender .....	p. 56
3.3.2. Fase 2: Definir .....	p. 56
3.3.3. Fase 3: Idealizar .....	p. 57
3.3.4. Fase 4: Criar .....	p. 58
3.3.5. Fase 5: Validar .....	p. 60
3.4. Conclusão .....	p. 61
<b>PARTE IV: O OBJETO .....</b>	<b>p. 62</b>
<b>4. DOCUMENTAÇÃO DO RESULTADO .....</b>	<b>p. 63</b>
4.1. Idealização .....	p. 63
4.2. Projeto .....	p. 66
4.2.1. Elementos Visuais .....	p. 67
4.2.1.1. Tipografia Aplicada .....	p. 67
4.2.1.2. Cores Aplicadas .....	p. 68
4.2.1.3. Logótipo do Título .....	p. 70
4.2.2. Narrativa e Técnicas Visuais .....	p. 71
<b>5. VALIDAÇÃO .....</b>	<b>p. 93</b>
5.1. Método de Validação .....	p. 93
5.2. Análise de Resultados .....	p. 94
<b>PARTE V: AVALIAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>p. 100</b>
<b>6. DISCUSSÃO DE RESULTADOS .....</b>	<b>p. 101</b>
6.1. Limitações .....	p. 101
6.2. Reflexão Crítica .....	p. 103
6.3. Investigação Futura .....	p. 105
<b>7. CONCLUSÕES FINAIS .....</b>	<b>p. 107</b>
7.1. Contributos .....	p. 107
7.2. Conclusão Final .....	p. 108

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### BIBLIOGRAFIA

ANEXO A: Esquema da Metodologia Projetual

ANEXO B: Brainstorming

ANEXO C: Storyboard

ANEXO D: Formulário de Validação

ANEXO E: Formulário de Validação (Inglês)

ANEXO F: Resultados dos Formulários

## ÍNDICE DE FIGURAS:

Figura 1 – Painéis para “ <i>Star Wars</i> ” .....	p. 27
Figura 2 – Cenas do filme “ <i>Modern Times</i> ” e representação do efeito visual .....	p. 27
Figura 3 – “ <i>Evolution 2</i> ” por John Muntean .....	p. 28
Figura 4 – Cena do filme “ <i>The Truman Show</i> ” .....	p. 30
Figura 5 – Cena do filme “ <i>The Matrix</i> ” .....	p. 31
Figura 6 – Pintura de Oleg Shuplyak .....	p. 33
Figura 7 – “ <i>Rice Waves</i> ” de Akiyoshi Kitaoka .....	p. 33
Figura 8 – Cubo de Necker .....	p. 34
Figura 9 – Café Wall Illusion .....	p. 34
Figura 10 – Triângulo de Kanizsa .....	p. 34
Figura 11 – “ <i>Miradouro</i> ” de M. C. Escher .....	p. 34
Figura 12 – “ <i>I can’t work like this</i> ” de Natascha Sadr Haghigian .....	p. 37
Figura 13 – “ <i>When radar was new...</i> ” de Guy de Cointet .....	p. 40
Figura 14 – Esquema da Metodologia Projetual .....	p. 55
Figura 15 – Representação visual do <i>brainstorming</i> .....	p. 58
Figura 16 – Página de <i>storyboards</i> .....	p. 59
Figura 17 – Representação do <i>brainstorming</i> com ideias selecionadas .....	p. 64
Figura 18 – Sequência de <i>storyboards</i> .....	p. 66
Figura 19 – Demonstração do tipo de letra Helvetica .....	p. 68
Figura 20 – Demonstração do tipo de letra Baskerville .....	p. 68
Figura 21 – Paleta de cores do projeto .....	p. 70
Figura 22 – Logótipo do título .....	p. 71
Figura 23 – Interface do <i>After Effects</i> .....	p. 72
Figura 24 – Cena inicial .....	p. 73
Figura 25 – Sequência da primeira cena .....	p. 74
Figura 26 – Início da segunda cena .....	p. 75
Figura 27 – Representação da segunda personagem .....	p. 75
Figura 28 – Demonstração da segunda cena .....	p. 76
Figura 29 – Início da cena da discussão .....	p. 76

Figura 30 – Demonstração da cena da discussão .....	p. 77
Figura 31 – Representação do fim da discussão .....	p. 78
Figura 32 – Reação da personagem secundária .....	p. 78
Figura 33 – Representação da mudança de planos das personagens .....	p. 79
Figura 34 – Reposicionamento da personagem principal .....	p. 80
Figura 35 – Movimentação da personagem principal .....	p. 80
Figura 36 – Sequência da frase com diferentes interpretações .....	p. 81
Figura 37 – Sequência de troca entre <i>HATE</i> e <i>LOVE</i> .....	p. 82
Figura 38 – Representação da interação com o som .....	p. 83
Figura 39 – Representação do final da primeira parte .....	p. 83
Figura 40 – Representação da primeira cena – segunda parte .....	p. 84
Figura 41 – Representação da segunda cena – segunda parte .....	p. 85
Figura 42 – Representação da cena da discussão – segunda parte .....	p. 85
Figura 43 – Representação do fim da discussão e reação – segunda parte .....	p. 85
Figura 44 – Demonstração da mudança de planos das personagens – segunda parte .....	p. 86
Figura 45 – Reposicionamento da personagem – segunda parte .....	p. 86
Figura 46 – Movimentação da personagem – segunda parte .....	p. 86
Figura 47 – Frase com diferentes interpretações – segunda parte .....	p. 87
Figura 48 – Transição entre <i>HATE</i> e <i>LOVE</i> – segunda parte .....	p. 87
Figura 49 – Interação com o som – segunda parte .....	p. 87
Figura 50 – Final da segunda parte .....	p. 87
Figura 51 – Representação do início da terceira parte .....	p. 88
Figura 52 – Sequência das barras cinematográficas .....	p. 89
Figura 53 – Sequência sobre a realidade .....	p. 90
Figura 54 – Representação da transição de mensagens .....	p. 91
Figura 55 – Representação da mensagem de mudança de perspectiva .....	p. 91
Figura 56 – Animação para o título final .....	p. 92
Figura 57 – Título final .....	p. 92

# PARTE I

---

## SECÇÃO INTRODUTÓRIA

# 1. INTRODUÇÃO

## 1.1. NOTA DE MOTIVAÇÃO

O design é uma área extremamente vasta e que se encontra presente numa grande diversidade de aspectos aplicados à sociedade. Desde as experiências de uma exposição até à aparência e funcionalidade do menor dos objetos, praticamente tudo aquilo que foi criado pode ser considerado algum tipo de design. Existem tantas possibilidades de realização que é imperativo que se estude o tema e, principalmente, que seja adquirida uma especialização. Deste modo, a atuação sobre a categoria escolhida pode ser mais desenvolvida para um resultado eficaz, como neste caso é o design visual. Entretanto, não basta pesquisar apenas sobre conteúdos aplicáveis, mas também sobre o ambiente onde se inserem. O contexto em que uma produção é criada ou observada pode impulsionar diferentes interpretações, o que em si é um aspecto relevante para se analisar. Como também as peças gráficas são criadas com a intenção de transmitir uma mensagem, o receptor desta também deve ser tido em tanta consideração quanto as informações nela contidas, de maneira a garantir que a compreensão seja a correta. Portanto, esta investigação possui o propósito de explorar o conhecimento relativo ao design visual e promover contribuições para esta área, com especial atenção à percepção dos objetos apresentados.

Um dos pontos principais que propiciou o desenvolvimento deste projeto foi a proposta de gerar surpresa nos espectadores. As pessoas quando intrigadas demonstram interesse, curiosidade e concentração naquilo a que estão expostos. Por conseguinte, quando são reveladas situações inesperadas sobre aquilo que possuem em foco, com base em análise empírica, são provocados efeitos de gratificação e admiração, desencadeando reações positivas sobre os resultados. Com isto, é almejado testar e viabilizar, com o decorrer deste projeto, formas práticas de empregar estes aspectos nas criações de design.

## 1.2. TEMA

Como forma de estabelecer uma base para que a investigação e o desenvolvimento projetual sigam um padrão, sem que desviem para outros assuntos não relacionados ou relevantes para a conclusão do objetivo, é preciso definir um tema. Este será o enquadramento específico dentro da área que define os limites de estudo. Com a finalidade de criar um produto visual que vai de encontro às

sensações desejadas, este argumento deve considerar o modo como as pessoas compreendem os elementos visuais e como estes conseguem obter destaque entre outras criações. Assim sendo, a temática ficou definida como uma exploração da percepção e da atenção da sociedade contemporânea.

### 1.3. PROBLEMÁTICA

Com os limites da pesquisa determinados pelo tema, é preciso definir de que maneira o assunto será abordado. Considerando as condições da percepção no ambiente atual, como será também investigado neste projeto, as interpretações e compreensões das informações disponíveis estão a ser comprometidas pela quantidade e meio de interação com estes conteúdos. Esta situação implica um poder de controle maior das visões por parte dos criadores. Em vista disso, a problemática determinada retrata a fragilidade da concepção de realidade das pessoas e como a atenção permite a manipulação desta.

### 1.4. OBJETIVOS

Após a situação da pesquisa estar delineada, é preciso estabelecer os objetivos pretendidos com o desenvolvimento deste projeto. Primeiramente, é tencionado aumentar-se a noção do desempenho de um designer nestes aspectos. Para um profissional evoluir no ramo, é preciso estar constantemente a aprender novas técnicas e possibilidades, logo, é intencionado que esta especialização evidencie os conhecimentos necessários para impulsionar este progresso. Como a finalidade de uma produção visual também é transmitir mensagens, é de extrema importância que este processo ajude a esclarecer a perspectiva do público, ao qual estas serão destinadas.

Como forma de comprovar a validade e funcionamento do tema, também é preciso explorar os detalhes que implicam a interpretação dos produtos de design visual. Para que seja obtido destaque destas obras, é preciso que elas retenham a concentração dos espectadores. Por isso, apresentar com que facilidade esta atenção é manipulável se torna um aspecto prioritário. Entretanto, como esta também é uma exploração das possibilidades da área, é imperativo apresentar questões que possam ser aproveitadas para futuros desenvolvimentos. Com isto, testar os limites da percepção aplicada revela-se como objetivo.

Sendo esta uma investigação fundamentada e com intenções práticas, é importante cogitar a possibilidade de outros pesquisadores, com propostas semelhantes, procurarem por informações relativas aos assuntos aqui desenvolvidos. Assim sendo, é de interesse lógico disponibilizar este projeto como exemplo de estudo do tema. No entanto, como também estão presentes os casos práticos, a exploração das técnicas visuais é mantida em foco. Por isto, propõe-se uma conquista de novas habilidades com a experiência proporcionada por este género de criação.

Como foi definido pela situação da problemática, é indispensável verificar a influência do tema na origem de conteúdos gráficos. No decorrer deste trabalho serão propostas formas de construção visual que expressam as técnicas investigadas, com o objetivo de atingir uma determinada compreensão desejada.

Por último, como este é um processo que almeja ser possivelmente aplicado para situações reais, o resultado precisa de validação concreta. Deste modo, tenciona-se obter pareceres diretos de especialistas da área. Com isto, o objetivo final é provar que o conhecimento sobre a percepção é crucial tanto para os criadores, que procuram destacar os seus trabalhos, quanto para o público, para poderem saber sobre as situações que envolvem a sua atenção.

## 1.5. QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO

Como forma de atingir os objetivos específicos aqui determinados, é preciso definir pontos que são fundamentais serem abordados durante o processo. Portanto, estas necessidades foram desenvolvidas em forma de questões, para que a investigação possa responder diretamente aos problemas indicados. Foram criadas cinco perguntas, com sistema de respostas discursivas, para expandir as possibilidades de solução do assunto. Estas são:

- Como a atenção das pessoas pode ser manipulada para sugerir uma determinada maneira de visualização desejada?
- Qual é a função da percepção para a determinação das opiniões?
- De que maneira um ponto de vista pode influenciar a concepção da realidade?
- O quão determinantes são as experiências para a construção de uma ideia?



- Como algo “concreto”, no sentido de criado, pode transmitir algum tipo de sensação para o visualizador, onde este seja capaz de assumir a sua veracidade em substituição de uma verdade fundamentada?

Estas questões irão acompanhar o projeto para guiar o seu desenvolvimento, de modo a não permitir desvios da intenção original. É esperado que, quando este estiver finalizado, seja possível formular respostas conclusivas para estes aspectos.

## 1.6. METODOLOGIA

Como este é um projeto de investigação científica, a necessidade de uma estrutura para regularizar o progresso do trabalho se apresenta essencial. Deste modo, foi formada uma metodologia original, baseada em estruturas já comprovadas, que segmenta o processo em etapas para apresentar maneiras específicas de atuação para cada momento individual da investigação. As fases geradas são as seguintes:

- Fase 1 – Compreender: reconhecer a essência do problema
- Fase 2 – Definir: delimitação das necessidades da questão
- Fase 3 – Idealizar: gerar ideias como alternativas para resolução do problema
- Fase 4 – Criar: produzir concretamente o objeto final
- Fase 5 – Validar: testar os resultados

É importante ressaltar que estas fases são de desenvolvimento do processo do projeto e não devem ser confundidas com as partes de divisão do relatório. Cada uma das fases será mais explorada e definida no capítulo destinado à metodologia.

## 1.7. SOBRE O PROJETO

Sendo esta uma proposta de adaptação de informações do tema em aplicações reais, é essencial que seja definido um trabalho prático para servir de objeto de reflexão, promovendo uma articulação com a parte teórica. Desta maneira, o objeto ficou determinado como uma animação basicamente tipográfica com experiências de percepção e narrativa que manipulam a atenção dos observadores, ao mesmo tempo expondo a situação. Durante o capítulo referente ao projeto serão

explicadas, em detalhes, todas as técnicas utilizadas, como forma de provar a aplicação prática dos aspectos investigados, enquanto acompanhadas de visuais do produto para compreensão dos pontos referidos. Após este desenvolvimento, serão apresentadas as validações realizadas com o intuito de legitimar o projeto com perspectivas especializadas.

# PARTE II

---

## ENQUADRAMENTO TEÓRICO

## **2. REVISÃO DE LITERATURA**

### **2.1 INTRODUÇÃO**

Este capítulo possui o principal objetivo de identificar, analisar e apresentar o estado da arte do tema que envolve o projeto. Para isto, será necessário contextualizar o ambiente em que este está inserido, os fatores que influenciam o seu desenvolvimento e as técnicas necessárias para a sua criação. Portanto, a proposta para esta abordagem é realizar uma divisão temática, onde as áreas de investigação selecionadas respondem às necessidades de enquadramento apresentadas.

A primeira parte aborda o tema da cultura visual. Começando pelo contexto, a intenção será apresentar a área do projeto, de modo a integrar a sua existência no meio. Após a definição do conceito, será explorada a importância e influência desse conhecimento através da literacia visual e, por fim, será apresentada a situação do ambiente atual na sociedade de modo a validar a importância do tipo de projeto.

Em seguida, a investigação é direcionada para a área da percepção visual, já que esta influencia a observação das criações visuais. Para além de compreender este conceito, o estudo deve passar pelo funcionamento das formas de percepção, identificando o trajeto visual realizado pela atenção, os elementos que determinam esta direção e como esta manipulação define o ponto de vista das pessoas e as suas concepções de realidade.

Por último, são analisadas as questões do design, pois é a área que está relacionada com a realização concreta do projeto. Esta parte terá em foco as técnicas práticas necessárias para a criação visual, como o desenvolvimento das cores e da tipografia, juntamente com o valor do design para a construção de ideias.

O objetivo, após a conclusão deste estudo, é possibilitar um direcionamento lógico para o projeto, permitindo que este corresponda melhor às necessidades existentes no meio e elucide a situação da problemática.

### **2.2. CULTURA VISUAL**

#### **2.2.1. CONTEXTO DA CULTURA VISUAL**

A cultura, com o seu significado originado do conceito de cultivar, implica uma definição como algo que é criado e desenvolvido pelos seres humanos, através dos seus esforços, em adição à natureza (Walker & Chaplin, 1997). Segundo Sturken e Cartwright, este é um processo variável e interativo, por sua vez fundamentado nas práticas sociais. Desta forma, cultura abrange qualquer aspecto da vida quotidiana, sendo assim “um conceito inclusivo que ajuda a explicar e caracterizar as mudanças contemporâneas” (Vilas-Boas, 2010, p. 21, p. 28).

Relativamente à parte visual, no contexto de desenvolvimento cultural, existe uma ênfase no sentido da visão sobre os outros. Isto se deve ao facto de haver um desejo de visualizar que é fundamental para a maneira como as pessoas pensam e experienciam o que lhes é apresentado (Walker & Chaplin, 1997). O imediatismo oferecido por este meio é atrativo e torna-se incomparável com outros pela quantidade de informação disponível para ser identificada. A imagem admirada possui a capacidade de provocar impacto e tal experiência é reconhecida por ser promovida uma relação dos sinais e símbolos compreendidos para obter significados. Assim sendo, a intensidade do momento atinge uma dimensão que define as produções visuais (Mirzoeff, 1998).

Usualmente é utilizada para se referir ao conceito de arte, porém tendo em consideração evidências anteriores, a cultura visual não é estritamente estética, mas também sociológica. Enquanto a arte fornece as maneiras e estruturas para o desenvolvimento de objetos de expressão individuais, a cultura proporciona as condições sociais e ideológicas para a criação e divulgação de produções artísticas (Schirato & Webb, 2004). Portanto, como também afirmam Kromm e Bakewell (2009), cultura visual em si é determinada pela construção do visual através dos meios elaborados em sociedade.

Como a área da cultura visual está diretamente ligada com a organização social, as suas criações visuais também não podem ser compreendidas individualmente. Elas estão relacionadas entre si e com o ambiente geral em que são desenvolvidas. As influências que sofrem provêm da evolução e das alterações desse meio maior em que estão inseridas, diferenciando-se pelo aspecto estético das produções (Walker & Chaplin, 1997). Este enquadramento permite que a investigação da área trace um paralelo com a sociedade. Desta forma, o tema possibilita a avaliação histórica, devido à imagem não ser estável, mas sim em constante mudança de acordo com a realidade exterior, em períodos específicos da modernidade (Mirzoeff, 1998).

Por estar integrado nesse contexto maior, uma das características importantes desse campo de estudo é a sua interdisciplinaridade. Desta maneira, existe uma inclusão de objetos e experiências que anteriormente seriam desconsiderados por estudos visuais. Esta prática tem o foco em avaliar o valor cultural das imagens propostas, com uma abordagem onde a análise da importância visual é essencial e não deve ser tomada como garantida (Kromm & Bakewell, 2009). Com essa expansão de área relevante, maior também é o impacto coletivo, criando uma base para a contemporaneidade e ainda uma forma de compreensão da mesma (Vilas-Boas, 2010). Porém, com esta constituição, a extensão de conteúdo abrangido é vasta e heterogênea. Esse aspecto dificulta a capacidade de estudo, podendo tornar o estudo mais superficial se não houver alguma especialização. Entretanto, também há a vantagem das possibilidades de investigações originais, que dependendo da abordagem disciplinar aplicada sobre um mesmo objeto, pode gerar diferentes interpretações (Walker & Chaplin, 1997).

Com essa integração, o alcance dos produtos visuais torna capaz a interação de partes diferentes do ambiente social. Este tópico inclui a arte, com o seu sentido estético e sentimental, como também a cultura popular, geralmente com um teor comercial e de fácil acesso e compreensão para atrair uma grande audiência (Schirato & Webb, 2004). O que define tal dimensão é que essas imagens não estão limitadas a meios específicos. Elas são difundidas por diversos pontos da vida quotidiana, desde galerias de arte até embalagens de produtos, onde todas possuem uma mensagem a transmitir que afetam o espectador (Howells & Negreiros, 2012).

A pluralidade de conteúdo gerada pela cultura é responsável por moldar paradigmas e influenciar o mundo (Vilas-Boas, 2010). As repercussões desse impacto visual refletem-se nas decisões sociais, sejam elas triviais ou mais importantes, o que enfatiza a necessidade de compreensão de imagens (Howells & Negreiros, 2012). Isto ocorre devido à realidade de que a cultura é intrínseca à sociedade e os criadores de imagens possuem este conhecimento, ocasionando a exploração da capacidade de escolha do consumidor (Vilas-Boas, 2010).

### 2.2.2. LITERACIA VISUAL

A cultura visual possui um papel importante na comunicação com a população, por ser mais facilmente assimilada. Entretanto, a possibilidade de ver uma imagem não implica, necessariamente, a capacidade de compreendê-la (Walker & Chaplin, 1997). Com a propagação

atual das criações visuais, aqueles que não souberem interpretá-las estarão vulneráveis à manipulação daqueles que as produzem (Howells & Negreiros, 2012).

Existe uma convicção generalizada em relação à leitura de imagens, que por ser realizada da maneira natural pelas pessoas, dispensa aprendizagem. Porém, todo o contexto em que são produzidas é relevante para a sua decodificação, portanto a falta de conhecimento que viabilizaria esta percepção provém da carência desse estudo (Vilas-Boas, 2010). Ser letrado significa, num sentido mais comum da palavra, possuir ensinamentos sobre determinado assunto. Sendo assim, esta não é uma habilidade inata, mas que exige uma abordagem didática, pois a transmissão de mensagens não é necessariamente instantânea ou explícita (Walker & Chaplin, 1997).

Num âmbito geral, as pessoas são mais facilmente capazes de analisar e interpretar textos do que imagens. Desde perceber nuances e estilos específicos até argumentos e intenções, elas foram instruídas neste tema e praticam com mais frequência e atenção. No entanto, este mesmo rigor e lógica não é aplicado ao sistema visual (Howells & Negreiros, 2012). A oposição entre palavras e imagens, evidenciada pela diferença entre literacia literária e visual, deve ser questionada. Por exemplo, de uma perspectiva da semiótica, elas são simplesmente dois tipos de sinais, que embora com traços diferentes, transmitem informações semelhantes, ou até mesmo sistemas poéticos e retóricos transversais aos dois meios (Walker & Chaplin, 1997).

Ao explorar esses dois estilos, as posições tornam-se extremas, habitualmente sendo referidas como antagônicas. No ambiente da cultura visual, os argumentos praticamente afirmam como seria possível a sociedade prosperar sem a linguagem verbal, porém não sem a visual (Vilas-Boas, 2010). Desta forma, é importante enfatizar que a forma verbal ou literária não deve ser abandonada em função da visual. Ambas devem ser consideradas com seriedade, pois a capacidade de ambas consegue comunicar mensagens complexas (Howells & Negreiros, 2012). A questão neste caso não deveria ser sobre privilegiar uma ou outra, mas investigar as duas em conjunto, já que as formas de comunicação dominantes são multimídia (Walker & Chaplin, 1997).

A leitura habitualmente está relacionada com a interpretação sequencial de signos para a obtenção de significado e a imagem costuma ser associada com a característica de poder ser compreendida com apenas um olhar. Consequentemente, isto tornaria uma imagem não legível (Vilas-Boas, 2010). Enquanto essa concepção de observação rápida pode ser considerada verdadeira para alguns designs mais simples, isto não se aplica a todas as criações visuais, pois

muitas possuem qualidades diferentes, podendo exigir uma avaliação mais demorada. Alguns destes objetos, como por exemplo filmes, sugerem uma visualização semelhante a longos textos, com um processo temporal e mental específico para a compreensão da narrativa. As imagens também podem dispensar uma leitura linear, sendo capazes de explorar também o espaço para as suas representações. A composição é outro ponto relevante, pois traços mais dominantes atraem a atenção do espectador. Além disso, este espectador também pode conscientemente alterar a direção do seu olhar, possibilitando uma apreciação particular (Walker & Chaplin, 1997).

A sociedade atual pode estar acostumada e ter alguma experiência em ver imagens, porém essa experiência é baseada em hábito invés de análises. O problema está na aceitação da literacia visual como uma habilidade passiva ao invés de ser uma procura ativa. Consequentemente, parte da transmissão de informação fica sem efeito. Portanto, é preciso suscitar a autoconsciência e criar uma estrutura para elaborar o assunto de como os objetos em questão são vistos (Howells & Negreiros, 2012). Isto é essencial, já que o sentir praticamente substituiu o pensar, quando tratando da observação casual. No entanto, essa carga emotiva é determinada previamente por aqueles que desejam induzir os outros a uma percepção específica (Vilas-Boas, 2010).

Este conceito da necessidade de compreensão visual causa um conflito paradoxal. De acordo com Walker e Chaplin (1997), ao referirem as ideias de Paul Messaris, a concepção mantida sobre este assunto, em si, gera afirmações contraditórias. Como pré-requisito para o entendimento do meio visual, é preciso ter literacia visual, mas esta é adquirida também pelo acumular de experiências visuais. Não há uma simples solução para o caso, senão apenas procurar a contínua investigação do tema.

Para aqueles envolvidos no campo de artes visuais não será preciso convencimento a respeito da importância dessa literacia. Contudo, este conhecimento não deve ser limitado apenas a profissionais da área. Como a maior parte da cultura atual é visual, é uma necessidade para as pessoas que desejam reagir ao mundo contemporâneo de forma coerente (Howells & Negreiros, 2012). Isto originaria um aprimoramento geral do entendimento sobre as maneiras de manipulação emocional e mental provenientes dos sistemas visuais. Como resultado, estariam mais resistentes à capacidade persuasiva do ambiente em questão (Walker & Chaplin, 1997).

### 2.2.3. VISUALIDADE DA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA



As imagens desenvolvidas atualmente são cada vez mais sofisticadas e complexas, portanto, devido à sua influência na sociedade, criam um mundo essencialmente visual (Howells & Negreiros, 2012). Existe uma crescente visualidade por parte da civilização contemporânea, que pode ser explicada pela própria experiência humana. Esta tem se tornado gradativamente mais visual em conjunto com os avanços tecnológicos, que possibilitam uma globalização da comunicação (Mirzoeff, 1998; Vilas-Boas, 2010). Esta característica é de tal maneira intrínseca a esta forma de cultura, que não apenas faz parte, mas define a vida quotidiana atual (Mirzoeff, 1998).

Uma marca cultural que justifica esse conceito é a transformação do mundo num aparelho produtor de imagens. Essa mudança da contemporaneidade manifesta a necessidade e capacidade de representação estética (Vilas-Boas, 2010). A disponibilidade e facilidade de acesso e utilização de novos meios tecnológicos permite que cada indivíduo seja um criador. Consequentemente, ocorre uma proliferação de imagens e, desta forma, os designers e artistas são obrigados a refletirem sobre a sua abordagem visual (Vilas-Boas, 2010).

Com a evolução e propagação dos meios digitais, o tempo dedicado para a sua utilização também aumentou. No início de 2019, o tempo médio mundial gasto na internet era de 6 horas e 42 minutos por dia (Kemp, 2019). Esta informação considera apenas o uso desta específica forma de comunicação, portanto, se os outros tipos de materiais visuais também forem contabilizados, a exposição diária de imagens cresce significativamente. Uma prova dessa adesão rápida aos conteúdos visuais pode ser evidenciada pela situação mundial do COVID-19. Durante o período da pandemia, mais de 80% dos consumidores dos Estados Unidos e do Reino Unido afirmaram passar a consumir mais conteúdos mediáticos, onde a forma de vídeo obteve destaque (Global Web Index [GWI], 2020).

O ambiente de observação habitual, originado pela abundância de imagens e a velocidade de sua disseminação, está a saturar a sociedade contemporânea. Os produtores consideram natural sobrecarregar os consumidores devido à procura, enquanto estes continuam com um alto ritmo de exploração por causa da disponibilidade, gerando assim um ciclo contínuo de demanda de imagens (Walker & Chaplin, 1997; Vilas-Boas, 2010). Esta exposição constante de material efêmero, possível pela popularização das tecnologias, tem toldado o impacto das criações visuais. O hábito de processar fluxos rápidos de imagens compromete a competência da percepção, diminuindo a

capacidade de compreensão e correndo o perigo de perder o deslumbramento estético (Rosen, 2006; Vilas-Boas, 2010).

A falta de encantamento com o quotidiano é a base para tornar as pessoas impacientes com os objetos a que são expostas. Porém, essa impaciência não é proveniente das tecnologias em si, mas da cultura do leitor digital. Com a grande afluência de informação, o objetivo desses observadores é obterem uma sensação de produtividade, não estarem contemplativos. O interesse é verificar os dados em modo de procura, sem preocupação com análise, sempre esperando serem atrasados por informações irrelevantes para as suas procuras (Lupton, 2010; Vilas-Boas, 2010). Um exemplo de como a intenção é obter o máximo de informação da maneira mais rápida possível é o tempo despendido em cada uma. Em média, as pessoas demoram menos de 3 segundos com cada conteúdo individual para decidir se lhes interessa (Facebook for Business, 2016). Geralmente, a ideia inicial se baseia na relação entre o maior número de opções e a melhor escolha. O problema deste pensamento, com a quantidade de conteúdo disponível e os hábitos desses leitores, é a tentativa de averiguar o máximo possível. Para isto ser viável, as informações são analisadas mais superficialmente, o que causa uma retenção menor de significados, e consequentemente uma pior escolha. A própria tentativa de agilizar a investigação acaba por ser a própria causa de perda de tempo, sendo assim uma situação contraproducente e paradoxal (Schwartz, 2016).

## 2.3. PERCEPÇÃO VISUAL

### 2.3.1. CONCEITO DE PERCEPÇÃO VISUAL

“A cultura visual alicerça-se no que vemos” (Vilas-Boas, 2010, p. 67). Ao seguir esta lógica, também é possível afirmar que tudo aquilo que é visto está sujeito à percepção visual. Devido ao facto de existir uma necessidade de visualizar e explicar o porquê de determinadas visualizações existentes, a análise desta área permite uma melhor orientação para tais assuntos (Gibson, 1950). Portanto, para todos aqueles que estudam e trabalham com criações visuais, aprender factos básicos sobre o funcionamento da visão e a psicologia da percepção visual é essencial, não apenas porque este conhecimento é pertinente à matéria em si, mas também para se situarem no meio, já que outros criadores adquiriram e utilizaram tal conhecimento (Walker & Chaplin, 1997).

A percepção é o conjunto de processos que permite o reconhecimento, organização e, principalmente, a produção de significado dos estímulos provenientes do ambiente (Gibson, 1950, Sternberg & Sternberg, 2012). Quando se trata especificamente do sistema visual, este tende para uma compreensão de unidade e continuidade, onde é limitado pela própria anatomia e fisiologia e é influenciado por aquilo que foi visto ou feito anteriormente, com algumas reações improvisadas baseadas nessas experiências quando exposto a novas situações (Goodman, 1978).

Sendo um processo cognitivo, o objetivo da percepção visual é reconstruir uma cena em sua essência, ou seja, quando os objetos criados na mente das pessoas refletem as propriedades do mundo externo (Sternberg & Sternberg, 2012; Carbon, 2014). O resultado deste processo são concepções formadas sobre a existência, forma e posição dos objetos através do sentido da visão (Helmholtz, 1925). A tradução dos estímulos visuais para a compreensão humana tende a ser realizada da maneira mais simples que a estrutura permite. Ainda assim, a percepção mantém uma função principal de ampliar e fortalecer esta recepção sensorial para perceber, orientar e agir de forma rápida, específica e eficiente de acordo com cada ocasião (Arnheim, 1974; Carbon, 2014).

A visualização implica identificar detalhes marcantes daquilo que é admirado, para a determinação da sua identidade. Apenas após a análise de casos individuais é que será possível uma identificação do que é comum entre outros no ambiente (Arnheim, 1974). Entretanto, para compreender estas estruturas mais complexas, primeiro é preciso examinar os pontos onde a percepção é exata (Gibson, 1950). Existem diferentes perspectivas sobre a investigação desta área, onde diferem pela abordagem. Divididas em dois maiores estilos de pensamento, uma parte afirma que a origem é proveniente dos estímulos externos, enquanto outra defende a influência dos processos cognitivos, conhecimento existente e das expectativas. Geralmente, estas ideias são apresentadas como opostas, porém, apenas tratam de diferentes aspectos dos mesmos fenômenos (Sternberg & Sternberg, 2012).

Ao tentar analisar imagens mentais, pode ser verificado que os constituintes primários são informações sensoriais, que, não importando o quão elementares sejam, derivam da visão e são compostas de memória, vontade, antecipação e experiência imediata (Gombrich, 1984; Crary, 2001). A maneira como estas imagens são criadas é através de conclusões inconscientes, ou inferências inconscientes, que são atividades psicológicas que utilizam essas informações sensoriais para identificar um determinado objeto com características específicas em um lugar

específico, realizadas de maneira inconsciente, possibilitando a formação de uma ideia sobre a causa destas ações por analogia e associação. Tais efeitos são irresistíveis, não podem ser ultrapassados mesmo se houvesse uma melhor compreensão das relações reais (Helmholtz, 1925).

A percepção é notavelmente ativa, pois não é simplesmente uma reprodução daquilo que existe no alcance do campo de visão, mas é também uma exploração do espaço que envolve aprendizagem, atualização do ponto de vista e interação com o observado (Arnheim, 1974; Bennett et al., 1989). Entretanto, observar também implica não ver algumas coisas, onde algumas são suprimidas para possibilitar atenção para outras, e esta seleção depende do contexto em que o observador se encontra (Schirato & Webb, 2004). Na sociedade contemporânea, as unidades de comunicação e cultura competem pelo interesse, atenção e memória das pessoas, ou seja, dos aspectos que formam a percepção humana, validando ainda mais a preocupação com a área (Hoffman, 2019).

### 2.3.2. OBSERVADOR COMO FOCO DA CRIAÇÃO

O papel da parte de visualização na criação e apreciação visual é crucial. O ser espectador é central para o consumo e desenvolvimento de imagens, onde o ver pode ser também parte do conteúdo e da estrutura de diversas criações visuais (Walker & Chaplin, 1997).

As propriedades de percepção não estão apenas relacionadas com os estímulos das sensações, mas também dependem da contribuição do observador, ou seja, da sua personalidade, cultura, suas experiências passadas e peculiaridades (Gibson, 1950). O processo psicológico que compreende a visão é condicionado pela relação entre o observador e o observado, onde se pode concluir que existem influências nas percepções com base nos valores pessoais (Vilas-Boas, 2010).

Como as qualidades de percepção são afetadas pelos conhecimentos e experiências dos indivíduos, os significados resultantes também possuem esta mesma estrutura. Estes sofrem alterações ao serem associados com objetos, de acordo com a cultura pessoal (Gibson, 1950; Gombrich, 1984). O sentido final das criações é definido pelo observador, onde as interpretações interferem e o conteúdo é alterado com as diferentes representações (Lupton, 2010).

Os estilos de comunicação visual de momentos específicos estão relacionados com a capacidade de significados serem concebidos, pois estes influenciam o limite do conhecimento da

sociedade e determinam até que ponto são valorizados (Schirato & Webb, 2004). Durante a visualização, a atenção é capaz de filtrar a informação recebida, entretanto mensagens pessoais importantes podem ultrapassar esse mecanismo. Geralmente, como tais significados pessoais não podem ser verificados, não são práticos para foco de investigação (Gibson, 1950; Sternberg & Sternberg, 2012).

### 2.3.3. COGNIÇÃO

O processo cognitivo em si pode ser considerado como uma infindável sequência de análises e avaliações, onde as mensagens dos órgãos sensoriais implicam pistas para um sistema de interpretação. Desta forma, a objetividade gerada pelas experiências não são paradoxos psicológicos, mas sim factos derivados dos estímulos (Gibson, 1950; Foerster, 2003). O mundo proporciona tais estímulos para a percepção e o cérebro os interpreta para a criação de significado (Gibson, 1950; Sternberg & Sternberg, 2012). Os diferentes pontos de sinais, como movimento, cor e forma, são integrados para que uma única percepção seja desenvolvida. É através destes sentidos que a interação com o mundo se torna possível, e consequentemente a aprendizagem com o mesmo (Walker & Chaplin, 1997).

Existe uma tendência por parte das pessoas de criarem uma imagem ou desejarem visualizar determinada existência, por vezes até de algo que não seja em si visual. A motivação para esta visualização é motivada pela satisfação proveniente do ato de ver, onde realizam uma verificação pessoal dependente deste sentido (Mirzoeff, 1998; Rose, 2001).

A visão cria padrões e formas correspondentes às experiências das sensações, que são apenas efeitos em resposta da emissão de luz (Arnheim, 1974; Virilio, 1994). O campo de visão pode ser considerado uma imagem, pois, através dessas criações, apresenta características de uma projeção produzida no sistema sensorial. Os objetos visíveis são sempre imaginados como parte deste campo, pois isto é uma condição necessária para produzir uma impressão nos mecanismos nervosos (Helmholtz, 1925; Gibson, 1950). Estes objetos continuam com as suas propriedades perceptivas, independentemente das alterações das suas imagens na retina. Este é o fenómeno da constância perceptiva, onde o conhecimento do funcionamento da imagem proporcionado pelos processos cognitivos permite que os objetos sejam vistos como inalterados (Gibson, 1950).

Com a percepção humana do mundo e outras criações sendo formadas por diferentes sentidos, e muitas das vezes em conjunto, seria ilógico limitar o estudo ao não mencionar as outras fontes sensoriais. A percepção é formada com as informações visuais unidas com outros sentidos, contribuindo para a formação de uma única imagem, um ponto de vista, do ambiente, ao invés de cinco (Walker & Chaplin, 1997, p. 24; Vilas-Boas, 2010). A correlação dos sentidos geram experiências que são mais definidas. Respostas a alvos visuais podem ser aceleradas por, por exemplo, pistas auditivas posicionadas na direção correspondente. A previsão da localização do alvo é gerada por estas dicas, tornando-os mais sujeitos a serem selecionados, mesmo sem conexões intrínsecas (Pashler, 1998; Foerster, 2003).

Para tornar a discriminação de estímulos mais complicada basta reduzir o contraste entre eles, ou reduzir o tempo de exposição. Quando determinadas cenas são apresentadas durante períodos breves, a lacuna entre a informação disponível para reconhecimento e o que realmente é processado torna-se maior. Entretanto, os humanos são capazes de reconhecer mais do que são capazes de descrever em exposições breves, quando as imagens expostas envolvem objetos ou personagens. Isto se deve ao facto de formas serem sensações mais simples, não necessitando de uma interpretação mais aprofundada para compreensão. Aqueles que possuem um significado integrado e requerem tais análises, como é o caso das palavras, limitam severamente as capacidades de precisão, sendo até necessária uma identificação sequencial (Gibson, 1950; Pashler, 1998).

Os órgãos sensoriais apenas registam os estímulos em quantidade quando recebidos, porém não as suas identificações. As sensações não capturam as qualidades da estimulação, estas são formadas apenas após os processos cognitivos. Funções mentais e assimilação de informação sensorial sendo representadas de maneira quantitativa implica um limite das capacidades perceptivas (Foerster, 2003; Koffka, 2014). Assim sendo, a percepção pode ser sobrecarregada, principalmente se for sobre o mesmo sentido ao invés de diferentes. Por este motivo, aquelas que são irrelevantes para o conhecimento de objetos externos tendem a ser ignoradas. Os órgãos sensoriais são ajustados às condições disponíveis, para possibilitar uma distinção mais precisa de impressões sobre onde a atenção está posicionada e para garantir uma reação adequada mais veloz (Helmholtz, 1925; Pashler, 1998).

#### 2.3.4. MEMÓRIA

“A cultura visual não consiste só no que vemos, mas também no que sabemos” (Vilas-Boas, 2010). Como regra básica da percepção, as pessoas apenas conseguem ver aquilo que possuem um conhecimento prévio. A visualização implica a descodificação de algo, o que é realizado através da sua contextualização. Com a falta desta informação anterior, detalhes importantes podem ser negligenciados por falta de associação com sua relevância (Heller, 2014; Carbon, 2014).

A memória é o armazenamento desse conteúdo para ser utilizado como referência para análises futuras. Ela pode variar entre tipos de armazenamentos mais rápidos, para uma melhor contextualização sobre o ambiente, ou de períodos maiores de tempo, que são as informações formadas pela aprendizagem que determinam opiniões. Em qualquer dos casos, para a percepção, a memória é imediata na ativação de informação, considerando expectativas anteriores, para comparação (Gibson, 1950; Sternberg & Sternberg, 2012).

A representação das memórias humanas sobre o passado é tão verídica quanto as percepções em relação ao presente, por isso ambas estão relacionadas nos processos cognitivos de interpretação (Hoffman, 2019). O conhecimento adquirido do mundo é proveniente de situações anteriores. Tal conhecimento informa e molda a visão, onde, ao ser associado com as sensações, torna o reconhecimento e a produção de significados possíveis (Gibson, 1950; Arnheim, 1974, Walker & Chaplin, 1997). Essa combinação de informação sensorial com memórias e conhecimentos existentes é um processo chamado de apercepção. Basicamente, ela é um processo de percepção dependente de lembranças de experiências anteriores e treino, como, por exemplo, a noção de profundidade é uma apercepção dos objetos no campo de visão (Helmholtz, 1925; Gibson, 1950; Walker & Chaplin, 1997).

Uma imagem, seja ela mental ou instrumental, implica um momento no tempo, portanto é necessário um certo nível de memorização, de acordo com a velocidade de exposição, para que uma sequência seja compreendida (Virilio, 1994). Quando um estímulo é utilizado neste processo para associar uma informação pela memória, outro processo de lembrança, que causasse um resultado diferente, não pode começar antes do anterior terminar. Nesta mesma estrutura, múltiplas partes de informações não podem ser verificadas pela memória simultaneamente, entretanto múltiplas pistas sensoriais podem ser utilizadas para a verificação de uma única informação.

Nestes casos de lembrança, a influência da memória é maior quando necessidades pessoais fortes fazem observadores estarem atentos a propriedades específicas (Arnheim, 1974; Pashler, 1998).

Enquanto o conteúdo do campo de visão é visto, os objetos do mundo visual são conhecidos, ou seja, estão presentes na memória após a realização de processos cognitivos. Sem a memória não haveria aprendizagem e cada situação teria que ser enfrentada como inédita. Ela completa as lacunas na percepção com imagens criadas em retrospecto para uma maior eficiência do sistema cognitivo (Gibson, 1950; Virilio, 1994; Koffka, 2014). O imaginário é capaz de ultrapassar o mecanismo visual, onde as imagens podem ser desenvolvidas sem estímulos diretos ou por relações inexistentes entre aspectos do mundo, visualizando o inexistente com base em experiência e suposições (Vilas-Boas, 2010).

### 2.3.5. ASSOCIAÇÃO

O mundo é criado através de inferências, ou seja, pela percepção, gerada por processos de associação entre aquilo que é visível, a informação sensorial simples providenciada para a mente, e o que é lembrado, que está armazenado na memória (Gibson, 1950; Sternberg & Sternberg, 2012). Este é um dos princípios que definem a observação, a capacidade de inferir sentido, atingindo conclusões a partir de premissas disponíveis, constituindo um argumento (Bennett et al., 1989).

Os significados atribuídos aos objetos percebidos também são produzidos por meio de associações, onde os estímulos acionam expectativas específicas para possibilitar a criação de uma relação. O sistema visual humano seleciona interpretações baseadas no que é mais provável de ocorrer no ambiente externo (Gibson, 1950; Albert & Hoffman, 1992). Existem diversos casos de associações inevitáveis que podem ser identificados mesmo sem possuírem uma conexão natural. Se determinados fenômenos forem observados frequentemente juntos, serão conectados por uma convenção, que determina, por lógica, que devem ser considerados em conjunto. Deste modo, não dependem da experiência em si, mas da sua interpretação, como é o caso das palavras e os seus sons e significados (Helmholtz, 1925).

Se o sentido geral de um alvo for compreendido, a maior parte das lacunas podem ser completadas através do conhecimento sobre o assunto. Nestes processos, os significados podem



ser alterados de acordo com as expectativas individuais (Carbon, 2014). As inferências perceptuais geralmente não são válidas dedutivamente, não formulam uma conclusão a partir apenas das premissas. Normalmente o processo seguido é indutivo, no qual a solução é realizada sem uma reflexão consciente, quando um caso similar tenha sido anteriormente observado, reforçado e guardado na memória. Nesta situação, a conclusão é considerada com base na experiência e possui uma probabilidade de ser correta se as premissas forem verdadeiras. Essa distinção não é gerada pela especificidade das propriedades do argumento, mas sim pelas relações evidenciadas entre elas (Helmholtz, 1925; Bennett et al., 1989).

As propriedades de percepção não estão diretamente ligadas aos estímulos da retina, mas utilizam significados que foram armazenados em imagens da memória associados com as formas visuais. As pessoas não possuem habilidades para observar as sensações em si, pois o processo de associação com os objetos externos altera o foco da atenção pessoal para os seus significados, limitando a capacidade de conscientização sobre as sensações puras. Normalmente, os observadores são mais capazes de utilizar essa estrutura para perceber a natureza dos objetos que entram em contacto com os sentidos, que são as informações relevantes para executar uma reação adequada (Helmholtz, 1925; Gibson, 1950).

Portanto, as aprendizagens são também realizadas por associação. A aquisição de novas experiências são, basicamente, conexões entre unidades independentes onde, através do processo cognitivo, cada uma é capaz de representar a outra. Por vezes, se uma associação é criada entre dois objetos, as reproduções não são limitadas apenas entre eles, mas também para os seus similares, com a intensidade da relação dependente do nível de similaridade (Koffka, 2014). Por conta deste sistema, as pessoas regularmente atingem certas interpretações com mais facilidade do que outras, pois as inferências realizadas são tendenciosas. Considerando um ambiente em que os observadores são semelhantes, as visualizações partilham uma mesma tendência, possibilitando considerações similares e uma melhor compreensão entre um grupo (Bennett et al., 1989).

#### 2.3.6. ATENÇÃO

“You only see what you look at and you only look at what you want to see” (Virilio, 1994, p. 42). O mundo visual é muito complexo para ser compreendido na sua totalidade em apenas um instante, portanto a percepção consciente humana é seletiva, compreende apenas parte dos estímulos que

são captados pelos sistemas sensoriais. A atenção é aquilo que previne os processos cognitivos de interpretar um excesso incoerente de sensações (Gibson, 1950; Pashler, 1998, Crary, 2001).

A base da palavra atenção ressoa com o sentido de tensão, implicando a possibilidade de fixação, neste caso, de manter algo em admiração ou contemplação (Crary, 2001). O uso casual dessa palavra está relacionado com a quantidade finita de atenção disponível, ou seja, a capacidade limitada de realizar diversas operações mentais em simultâneo. Com exceção do reconhecimento de objetos familiares, que ocorre sem seletividade ou limitações, prestar atenção a algo significa ter menos deste recurso para disponibilizar para outras tarefas (Pashler, 1998). Com base nesta estrutura, as principais funções da atenção são: detecção de sinais, que é a detecção do aparecimento de estímulos específicos; procura, que é a tentativa de identificação de um sinal entre uma variedade de distrações; atenção seletiva, que é a escolha de estímulos que devem ser respondidos, ignorando os outros; e a atenção dividida, que é a divisão de recursos para múltiplas tarefas relevantes (Sternberg & Sternberg, 2012).

A distinção de informações neste processo é importante, pois selecionamos e isolamos, para análise, uma quantidade limitada de conteúdo disponível no campo sensorial, memórias e processos cognitivos, para manter um mundo ordenado e produtivo (Crary, 2001; Sternberg & Sternberg, 2012). Esta seleção visual está intimamente relacionada com a movimentação dos olhos, pois, para existir uma alteração no foco da atenção, é necessário um direcionamento dos olhos para a identificação dos objetos observados (Pashler, 1998). O conhecimento do contexto corrente permite a utilização dessas capacidades limitadas de maneira criteriosa, para delinear uma procura pela satisfação com o ambiente. Ao aumentar o foco em estímulos particulares de interesse, também aumenta a probabilidade de resposta mais rápida, precisa e adequada à situação (Sternberg & Sternberg, 2012; Hoffman, 2019).

Os processos perceptuais de recolha de informações atuam de maneiras diferentes, onde atributos físicos são identificados em paralelo, porém os de interpretação de estímulos ocorrem em série. Com isto em consideração, é possível verificar que, quando dois alvos são apresentados, a precisão de resposta das representações em simultâneo são piores do que quando em sucessão, com base na percepção do significado. Por exemplo, uma pessoa não é capaz de compreender perfeitamente duas sequências de fala ao mesmo tempo. Embora a compreensão de palavras individuais não seja sujeita às limitações, a construção frásica é mais complexa e requer processos

cognitivos para o desenvolvimento de uma compreensão, apenas permitindo uma análise por vez (Pashler, 1998).

O mundo de experiências visuais é um ambiente de qualidades que são demonstradas perante uma observação atenta. A fixação é direcionada para alguma característica ou objeto, e neste foco, uma imagem é mais provável de ser formada (Gibson, 1950; Koffka, 2014). Como resultado do destaque de detalhes específicos, as imagens geradas são fáticas, o que significa que são capazes de atrair a visão e prender a atenção (Virilio, 1991; 1994). Se durante estas visualizações algum tipo de fenómeno subjetivo de compreensão visual, causado pelos sentidos, como as ilusões, for detectado, este irá interferir na percepção e atrairá a atenção do observador. Isto se deve à intriga gerada pela visualização de algo que não esteja de acordo com atividades ordinárias, o que apenas serve como distração. Para solucionar esta situação, o comportamento atento tende a realizar processos constantes de ajustes baseados nas experiências e conhecimentos (Helmholtz, 1925; Crary, 2001).

A atenção em si contém condições para a própria desintegração, onde o excesso gera a perda de interesse sobre o conteúdo e consequentemente da atenção. Existem algumas variáveis que podem impactar a concentração, como ansiedade, excitação, dificuldade da tarefa e habilidades pessoais para a ação. Entretanto, nem todos os fatores atrapalham ou desviam a atenção, pois esta interpretação depende do objetivo. Apenas aquelas ações que não foram determinadas pela intenção original e que não colaboram para a realização da tarefa são consideradas distrações (Crary, 2001; Sternberg & Sternberg, 2012, Mozilla, 2020). Estas distrações são estímulos que divergem a atenção do alvo, que é direcionada sem uma escolha voluntária, ou até mesmo contra o desejo do observador (Pashler, 1998; Sternberg & Sternberg, 2012). Quando o interesse em um foco específico acaba, há uma tendência natural da atenção para vaguear à procura novas características para observar (Helmholtz, 1925; Crary, 2001).

O problema da atenção está diretamente relacionado com a sociedade contemporânea. A percepção humana está cada vez mais saturada com informação sensorial, devido à emergência deste ambiente social, urbano, psicológico e industrial que promovem uma constante produção visual. Nesta era de sobrecarga de informação, as pessoas ainda conseguem apenas processar cada mensagem individualmente. Algumas técnicas se aproveitam desta situação, como os truques de ilusionismo, redirecionando a atenção do público para um objetivo próprio. Portanto, é

particularmente importante desenvolver novas opções criativas para lidar com essas formas de comunicação que provocam o tédio (Crary, 2001; Lupton, 2010).

A atenção das pessoas é uma das comodidades mais cobiçadas pelos criadores. Devido a competição por ela, estes observadores podem manipular a economia de informação ao escolherem o que desejam ver (Lupton, 2010). Deste modo, para aqueles que trabalham nas áreas de marketing e design, o conhecimento de regras de percepção é essencial para atrair consumidores com sucesso. Aqueles que dominam tais habilidades são capazes de destacar o próprio produto face à competição. Criações desenvolvidas para aproveitar as atrações básicas e sensoriais do sistema visual conseguem atrair atenção com mais impacto. Entretanto, devido às limitações do conhecimento científico, esse desafio é solucionado pelas intuições e talento dos designers (Hoffman, 2019).

Existem métodos que auxiliam nesta atividade, onde o foco está na composição da imagem, visto que estas estruturas sugerem sequências particulares de fixações. A hierarquia de informação expressa a organização de conteúdo. Enfatizando determinados elementos sobre outros, criando uma estrutura compreensível, os observadores conseguem examinar mais facilmente a criação visual pela maneira pretendida (Gibson, 1950; Lupton, 2010).

Para que algo sobressaia entre diversas mensagens competitivas, a atenção precisa ser atraída, e o meio para atingir este objetivo é incluir pistas na construção da imagem. Num nível mais simples de seleção de atributos, características como a localização, a cor, a dimensão, o contraste e a orientação, se forem bem arranjadas pelos criadores, fazem sobressair o objeto em questão, sendo mais efetivo numa filtragem de conteúdo envolvendo aparições breves, e também colaboram em guiar a visualização do próprio projeto (Pashler, 1998; Lupton, 2010; Hoffman, 2019).

### 2.3.7. CONSTRUTIVISMO

O observador cria o mundo através de impressões. A concepção de uma organização sensorial implica juntar elementos não objetivos, na qual o cérebro realiza uma função ativa, analisando os estímulos dos sentidos e relacionando com outras fontes de informação. Juntamente com as

influências dos conceitos específicos das pessoas, esta é a formulação da percepção da perspectiva construtivista (Gibson, 1950; Sternberg & Sternberg, 2012).

De acordo com este sistema de pensamento, a percepção é construída a partir das seguintes propriedades: a informação sensorial, o conhecimento armazenado na memória e os processos cognitivos para associação de resultados. Este sistema é concluído de maneira inconsciente, através das inferências de informações. Normalmente, as atribuições visuais realizadas estão corretas (Sternberg & Sternberg, 2012).

Deste ponto de vista, a preocupação perceptual não recai apenas sobre a existência dos objetos no mundo, mas também em termos de expectativas. Os meios utilizados para a interação com o ambiente são os elementos importantes para a análise da situação. Entretanto, para que o conceito de realidade seja partilhado em comunidade, os aspectos pessoais de cada indivíduo não podem ser considerados centro daquela realidade. Neste caso, o centro deve ser um terceiro ponto, aspectos comuns àqueles a que a ela pertencem, onde todos estejam relacionados e possam verificar de uma perspectiva idêntica (Foerster, 2003; Sternberg & Sternberg, 2012).

Quando o observador percebe o ambiente, é neste momento que está a criá-lo. Os processos dessa criação podem ser guiados pelo conhecimento adquirido, mas também pelas capacidades formadas de ligação e interpretação. Se essas percepções são criadas, isso significa que também são suscetíveis a manipulação, possibilitando ilusões, devido a sua natureza guiada e modelada (Foerster, 2003; Carbon, 2014).

#### 2.3.8. PERSPECTIVA

Na percepção humana, os pontos de fixação são os objetos presentes no mundo visual e não o espaço existente entre eles, que tendem a ser ignorados de forma inconsciente. Entretanto, estes são relevantes para a compreensão, pois tudo aquilo que está presente no ambiente é visto em relação a outros objetos. Não existem espaços sem a composição de um fundo relativo de referência, pois a sensação de profundidade é formada através dessa comparação, gerando a impressão de espaços vazios. A perspectiva é originada desta situação, onde os olhos são direcionados para uma coleção de objetos e repousam a uma certa distância e com uma determinada orientação (Gibson, 1950; Virilio, 1994).

Como a distância é um fator importante para a observação do mundo tridimensional, algumas pistas visuais auxiliam nesta percepção. Parte destas propriedades podem ser vistas com apenas um olho, numa imagem plana, enquanto outras requerem a utilização dos dois olhos. Estes pistas visuais são: gradientes de texturas; dimensão relativa; sobreposição de objetos; perspectiva linear; perspectiva aérea; localização no plano da imagem; paralaxe de movimento; convergência binocular; e disparidade binocular (Gibson, 1950; Sternberg & Sternberg, 2012).

As formas existentes no mundo visual são dispostas de maneira paralela, enquanto as projeções criadas no campo de visão são em perspectiva, onde as linhas paralelas do ambiente convergem em um ponto distante. Entretanto, as pessoas percebem estes objetos como imutáveis, mesmo com mudanças na proximidade relativa. Este é o fenómeno da constância perceptual, que consiste no sistema perceptivo a ajustar a compreensão dos estímulos que indicam a proximidade, para que as pessoas sejam capazes de agir efetivamente com um mundo exterior mais estável (Gibson, 1950; Sternberg & Sternberg, 2012).

Por um princípio de generalidade, as imagens vão aparentar tridimensionais se as suas projeções forem mais simples do que de uma forma bidimensional. A coleção de linhas ou regiões numa imagem tendem para a tridimensionalidade se representarem uma visão genérica, comum, do mundo ao invés de alguma accidental, como uma ilusão, pois, desta maneira, os objetos são reconhecidos pelos processos cognitivos como reais (Arnheim, 1974; Albert & Hoffman, 1992).

Parte da informação para compreender distância é disponibilizada pelos dois olhos como um conjunto. Uma das principais ideias de profundidade é causada pela diferença entre os estímulos recebidos pelas retinas. Este é o efeito da disparidade binocular, uma estrutura tridimensional do espaço resultante da experiência própria. Porém, as representações dessas formas num plano bidimensional são inferidas através da organização das formas (Gibson, 1950; Koffka, 2014). Com a distância sendo uma característica do mundo visual, o campo de visão também não compreende este ambiente como plano, mas esta situação pode ser simulada. Ao fechar um dos olhos, ocorre uma considerável redução na profundidade observada, produzindo uma imagem quase fotográfica (Gibson, 1950). Este tipo visualização pode ser aproveitada por criadores visuais, como por exemplo por realizadores de filmes. Alguns efeitos visuais de filmes, como *Star Wars* (Fig. 1) e *Modern Times* (Fig. 2), por serem de épocas onde a tecnologia disponível eram detalhes mais práticos, foram produzidos com pinturas mais próximas da câmara

para simular uma perspectiva na imagem. Já que a visão deste aparelho é por apenas um ponto de vista, a imagem do filme era tratada como bidimensional e os efeitos não destoam do resto da composição pela falta relativa de profundidade.

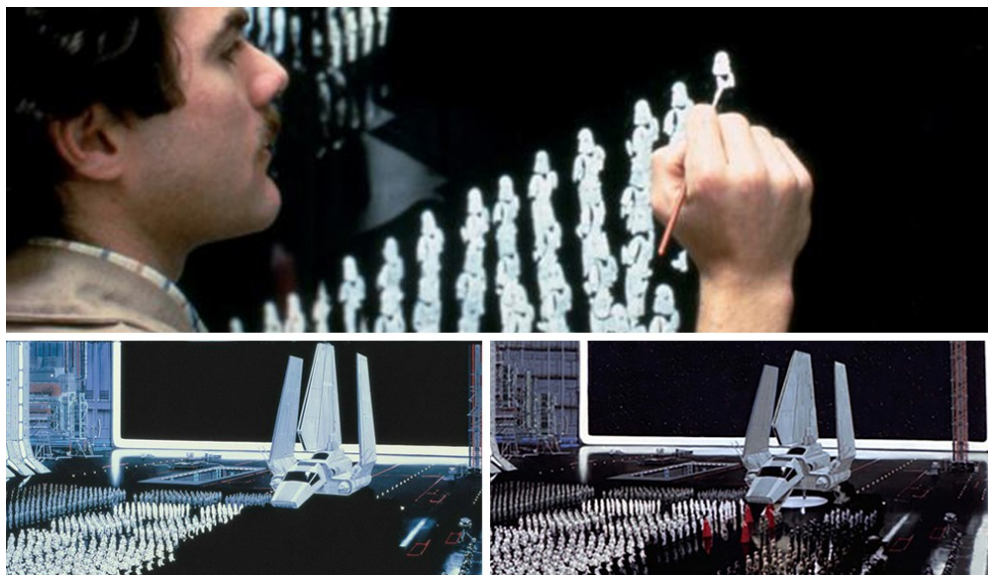


Fig. 1 – Painéis pintados para “Star Wars”

Fonte: <https://www.rocketstock.com/blog/visual-effects-matte-paintings-composited-film/>



Fig. 2 – Cena do filme “Modern Times” e representação do efeito visual

Fonte: <https://brightside.me/wonder-films/15-photos-that-show-how-special-effects-were-done-in-the-past-795402/>

A palavra perspectiva partilha significados com a expressão ponto de vista, em referência à posição de observação de determinada situação. Entretanto, ambas também possuem o sentido de opinião, o que implica que as opiniões das pessoas são formadas pela localização delas em relação a situação (Dicionário Online de Português, 2020). Este conceito é relevante para os

criadores de imagens e filmes, pois podem desenvolver projetos com uma posição que determine a perspectiva, nos diversos sentidos, do observador (Virilio, 1994). Por esses motivos, existem coisas que apenas podem ser vistas e compreendidas de uma determinada forma se a posição de observação for adequada, como são as perspectivas anamórficas. As constelações são uma boa representação dessa situação, pois as posições visíveis das estrelas não correspondem com as verdadeiras localizações delas, porém permite a interpretação do conjunto como formas por conta deste ponto de vista particular (Arnheim, 1974). Outro exemplo são as obras do artista John V. Muntean (Fig.3), que são objetos que produzem formas distintas apenas quando vistos de uma certa posição ou com uma luz posicionada nesta mesma direção.

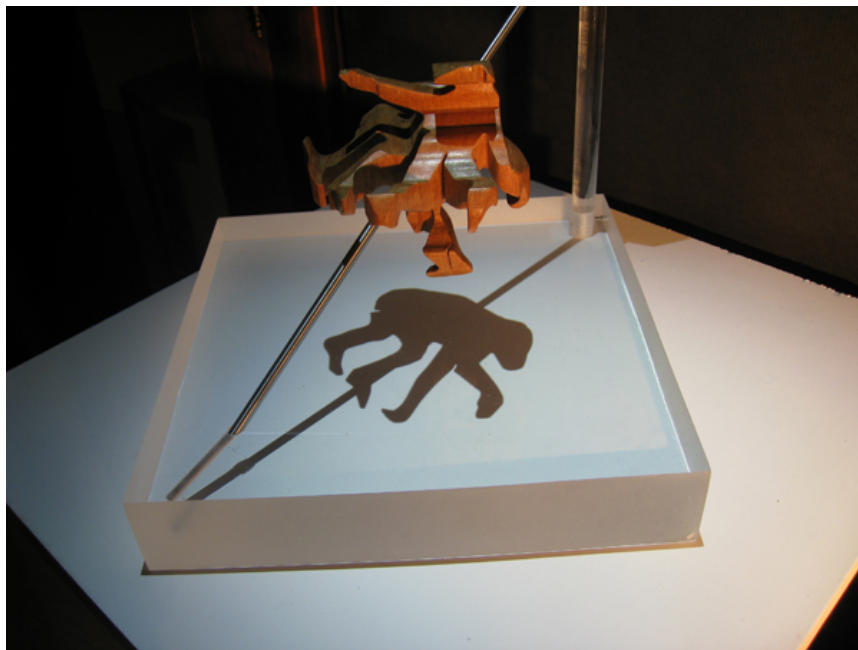


Fig. 3 – “*Evolution 2*” por John Muntean

Fonte: <https://www.jvmuntean.com/gallery-1#photos>

### 2.3.9. REALIDADE

A percepção, ou seja, a ideia sobre os objetos, é a representação da realidade, da essência dos objetos em si, para as pessoas. Os sistemas sensoriais promovem uma visão detalhada sobre esta compreensão, pois é esperado que o ambiente disponibilize informações suficientes e adequadas



para uma interação efetiva. Portanto, considerando as experiências verídicas, significa que as interpretações são equivalentes à estrutura do mundo (Hoffman, 2019).

Como a percepção deste mundo está cada vez mais associada a uma representação, baseada em imagens do mesmo, esta passa a ser interpretada como realidade. Entretanto, as representações são criadas e, em diversas circunstâncias, podem ser manipuladas. Desta forma, o real valor da verdade dos sentidos é questionável (Schirato & Webb, 2004; Vilas-Boas, 2010).

Atualmente, foi gerada uma dependência do sistema visual na formulação da realidade. A ligação entre a percepção e o físico é particularmente forte neste sentido, ao ponto de aquilo que é visto tornar-se mais importante do que o conhecimento fundamentado e os objetos percebidos serem tratados como objetivos (Virilio, 1991; Mirzoeff, 1998; Carbon, 2014). Numa relação feita por Walker e Chaplin (1997), o valor desta ligação pode ser questionado pela contradição entre os ditados populares “ver para crer” e “as aparências enganam”, onde se apresentam em desacordo, porém o conhecimento sobre a realidade é determinado por comparações de percepções por análises lógicas. A própria existência de ilusões sugere uma avaliação mental sobre as propriedades do ambiente e as suas relações, onde as conclusões dependem do ponto de vista (Sternberg & Sternberg, 2012).

Como o conhecimento das características físicas daquilo que é observado são irreconhecíveis no sentido empírico, a percepção passa a não ser válida para afirmação da essência dos objetos, sendo interpretados de maneira diferente do que realmente são (Carbon, 2014; Koffka, 2014). A visualização é um processo ativo e construtivo, criando interpretações simbólicas do mundo, sem conhecimento direto do mesmo. Quando se trata da concepção da realidade, o próprio significado da palavra “concepção”, para além de ser a capacidade de perceber, pode significar “criar” ou “inventar”, o que implica a criação da realidade no momento de observação. Entretanto, ao interagir com esta, como o ambiente é o mesmo, as pessoas têm concepções semelhantes, pois as necessidades também assim são (Hoffman, 2019; Dicionário Online de Português, 2020).

As ideias, formadas pelas experiências, são meramente projeções do mundo e não réplicas deste. Estas imagens não precisam de ser cópias dos objetos para proporcionar a visão, mas apenas uma relação entre material e o seu símbolo perceptivo correspondente. O ambiente tridimensional existe sem qualquer visualização e quando é observado, apenas capta informações suficientes para melhorar as interações (Helmholtz, 1925; Gibson, 1950; Hoffman, 2019).

Os sentidos evoluíram para apresentar o que os humanos precisam, porém nem sempre estas necessidades são as verdades. Toda a verdade sobre o mundo apenas iria sobrecarregar o consciente com informações desnecessárias, interferindo com a realização de ações. Os sentidos não providenciam informações mentirosas, apenas não revelam todas as existentes, pois não há razão para tratar de outra, que não a verdade prática. Isto é uma forma de guiar a percepção, escondendo a realidade objetiva sob símbolos úteis, que permitam uma interface para a regulação dos próprios movimentos e ações, pois um certa ignorância desta realidade é o que possibilita o seu domínio (Helmholtz, 1925; Hoffman, 2019).

Há uma distinção entre os objetos em si, aquilo que não é conhecível pelo sistema sensorial, e as ideias destes, que são construções mentais (Hoffman, 2019). Platão (2003) representa esta situação com a sua *Alegoria da Caverna*, onde a realidade dos observadores é apenas uma sombra do objetivo, mas que são tomadas como verdade absoluta. Filmes como *The Truman Show* (Fig. 4) e *The Matrix* (Fig. 5) apresentam uma metáfora semelhante, onde também partilham da situação de exposição do observador à existência da realidade além do perceptível. Admitir que sob o olho humano a essência é invisível, é uma maneira de controlar a realidade. Apontar como as imagens mentais são criadas, incluindo as suas fragilidades e limitações, significa expor este método de manipulação (Virilio, 1994).



Fig. 4 – Cena do filme “*The Truman Show*”

Fonte: <https://quod.lib.umich.edu/f/fc/13761232.0043.203/--dark-city-and-the-truman-show-surveillance?rgn=main;view=fulltext>



Fig. 5 – Cena do filme “*The Matrix*”

Fonte: <https://medium.com/@navalevarun/morpheus-two-pills-and-the-veil-of-ignorance-3efe1453e957>

A desconstrução da realidade é realizada no cotidiano, através de meios de comunicação, como a *media*, devido à possibilidade de manipulação das imagens pelos criadores. As técnicas contemporâneas de controle das imagens são capazes de alterar a percepção dos observadores sobre o mundo. Os designers atualmente possuem a capacidade de reinventar o ambiente com suas ideias, por meio de tecnologias realistas, tornando mais complicadas as distinções entre as criações fictícias e a realidade objetiva (Mirzoeff, 1998; Schirato & Webb, 2004; Vilas-Boas, 2010).

#### 2.3.10. ILUSÃO

A mente é facilmente enganada para elaborar conclusões mais rápido do que averiguar os factos, desta forma, criando uma expectativa sobre a continuação de imagens que, por diversas vezes, são mais complexas do que aparentam. De acordo com o conhecimento de possibilidades, certas combinações de ideias são selecionadas para serem projetadas sobre a informação das sensações, criando expectativas. São essas expectativas que possibilitam as ilusões, ou seja, quando algo é esperado que aconteça, mas outra situação se apresenta, causando um sentimento de confusão. As percepções do mundo visual e a realidade objetiva são semelhantes, entretanto estas podem conter erros sistemáticos por alguma interferência na interpretação, especialmente sobre a compreensão de formas, o que leva à existência de concepções ilusórias (Gombrich, 1984; Hoffman, 2019).

Uma ilusão ocorre quando algo incompleto influencia a imaginação do autor para completar ou projetar algo que não foi apresentado ou inexistente. Quando estímulos dos órgãos sensoriais captam algo fora do ordinário, ideias incorretas podem ser associadas ao campo de visão. Este processo forma essas interpretações falsas da observação pelos sentidos, onde é realizado um julgamento da percepção que não está de acordo com medidas reais (Helmholtz, 1925; Gibson, 1950; Gombrich, 1984).

As ilusões são interpretações visuais que falham na adaptação do comportamento humano em resposta ao ambiente, apresentando os limites e a capacidade do sistema perceptual. Contudo, elas não são falhas cognitivas, pois apresentam o poder específico das percepções. Estas podem ser interpretadas como sinais da complexa e eficiente capacidade de transformação das informações sensoriais em compreensão de situações correntes para gerar reações adequadas num bom espaço de tempo (Carbon, 2014; Hoffman, 2019).

Entre as diferentes leituras das ilusões, as pessoas são capazes de alternar entre ela com uma boa velocidade, estando conscientes da existência da outra opção enquanto uma é observada, porém as duas não podem ser experienciadas em simultâneo. Nesta transição ocorre uma metamorfose, onde para uma visão existir, a outra precisa ser destruída. É possível observar as ilusões enquanto nada no campo de visão interferir com leitura mais plausível no momento. Desta forma, quanto mais evidências da situação relativa do objeto com o ambiente, mais complicado se torna a concepção das alternativas, tornando os observadores cegos para essas configurações, por falta de capacidade de interpretar tais formações improváveis. Para obter diferentes apreciações da situação em questão, é preciso manter as suposições flexíveis, revisando a realidade como contraditória e em busca de uma hipótese mais adequada como solução (Gombrich, 1984).

Existem diferentes tipos de ilusão que podem ser classificados devido aos efeitos e processos de interpretação que promovem. As ilusões ópticas literais são aquelas onde as imagens são criadas pela mente de maneira diferente dos objetos que a constituem. Este é o caso do fenómeno chamado pareidolia, que pode ser experienciado em diversas pinturas de Oleg Shuplyak (Fig. 6). Outro tipo existente são as ilusões ópticas fisiológicas, que consistem na recepção excessiva de estímulos visuais, como a cor, resultando num desequilíbrio fisiológico que altera percepção, como por exemplo algumas obras de Akiyoshi Kitaoka (Fig.7). O último caso são as

ilusões cognitivas, que são causadas pelas inferências inconscientes do processo cognitivo (Daya, 2017).



Fig. 6 – Pintura de Oleg Shuplyak

Fonte:  
<https://www.pinturasdoauwe.com.br/2015/06/pinturas-de-oleg-shuplyak-incriveis.html>

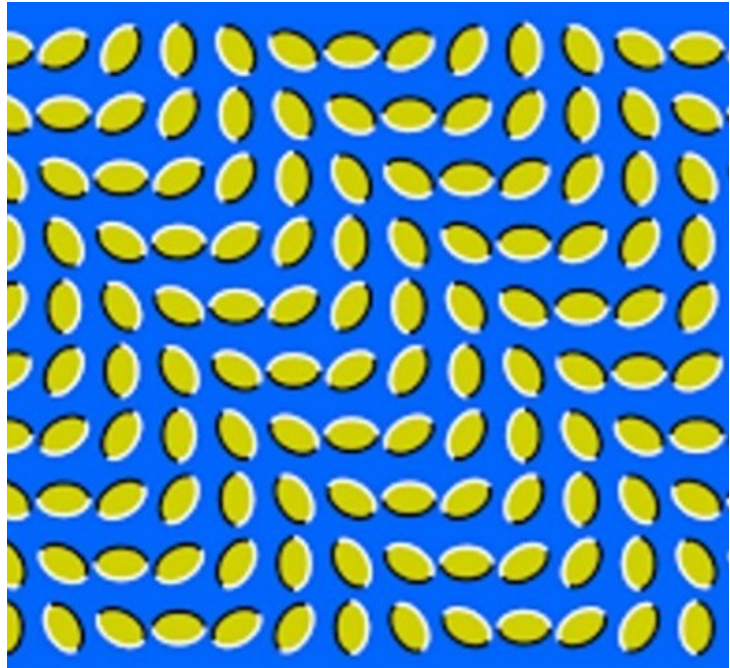


Fig. 7 – "Rice Waves" de Akiyoshi Kitaoka

Fonte: <https://www.hipercultura.com/ilusao-de-otica-tipos/>

Estas ilusões cognitivas podem ser divididas em quatro categorias. Primeiro, existem as figuras ambíguas, que possuem mais de uma alternativa de visão, igualmente válidas para a situação e a mente consegue variar em elas, como é o caso do *Cubo de Necker* (Fig. 8) (Gombrich, 1984). Outra categoria é das ilusões de distorção, que são geradas por construções que sugerem deformações de dimensão, comprimento ou curvatura, como representado pela *Café Wall illusion* (Fig. 9). O próximo tipo são as ilusões fictícias, nas quais projeções de imagens ou objetos são criadas na mente, embora estes não estejam realmente presentes no ambiente, como, por exemplo o *Triângulo de Kanizsa* (Fig. 10). Por último, existem as ilusões paradoxais, onde as informações de construção da imagem se apresentam em conflito entre si, produzindo formas impossíveis (Sternberg & Sternberg, 2012; Vivid Optical, 2019). Uma referência bastante conhecida destas representações são algumas das pinturas de M. C. Escher (Fig.11).

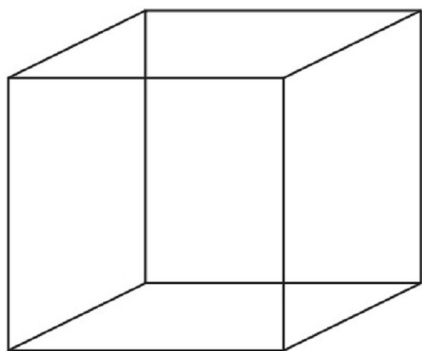


Fig. 8 – Cubo de Necker

Fonte: <https://www.altoastral.com.br/ilusoes-otica-imagens-uma-coisa-depois-outra/>

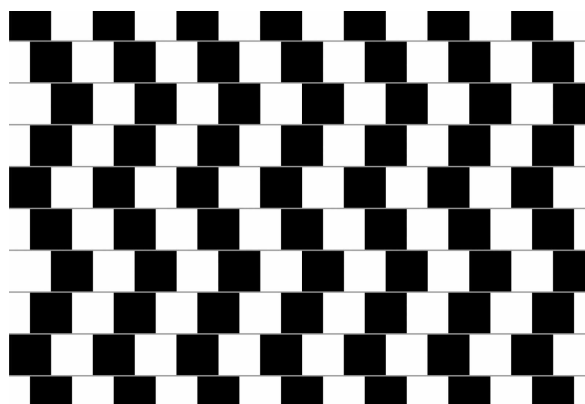


Fig. 9 – Café Wall Illusion

Fonte: <https://www.deke.com/content/drawing-a-classic-cafe-wall-illusion-in-illustrator>

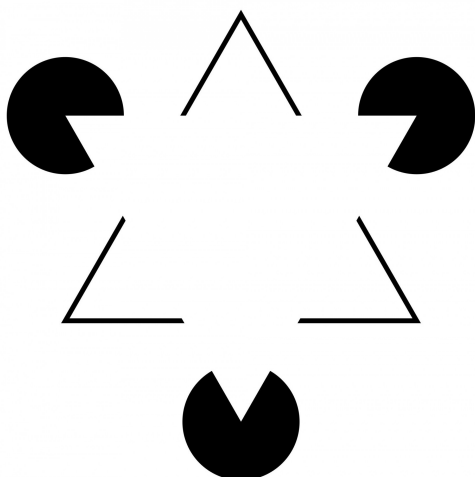


Fig. 10 – Triângulo de Kanizsa

Fonte: <https://observador.pt/2015/05/26/ilusao-otica-das-montanhas-transparentes-dos-himalaias/>



Fig. 11 – "Miradouro" de M. C. Escher

Fonte: <https://observador.pt/2017/11/23/escher-em-lisboa-o-ilusionista-grafico-mal-amado/>

Após análises de ilusões, onde relações sobre objetos são inteiramente construídas sem correspondência física, é possível identificar as maneiras de construção ativa da realidade psicológica humana. Através da criação de experiências, as percepções podem ser influenciadas, ficando mais vulneráveis a ilusões e aos seus criadores. Entretanto estas ilusões perceptuais podem ser interpretadas e utilizadas de maneiras diferentes, como para entretenimento ou para melhorar



modelos de pensamento. Se estas abordagens forem combinadas, pode-se criar um contexto de visualização e aprendizagem relevante, atraindo a atenção dos observadores através de percepções estimulantes. Com um bom nível de introspecção, estas pessoas teriam o benefício de compreensão da forma perceptual junto com uma experiência gratificante (Helmholtz, 1925; Carbon, 2014).

### 2.3.11. FORMA

As noções elementares do mundo visual são baseadas em superfícies e bordas. Os contornos são essenciais para a percepção, pois apenas assim é possível determinar uma distinção entre objetos. A existência de todas as imagens depende dos limites determinados pelos contrastes entre cores, onde tais limites geram as formas, que são a base do sistema visual (Gibson, 1950; Arnheim, 1974). Os contornos destacam uma figura ao invés de serem apenas linhas sobre uma superfície, pois essa organização é mais estável para compreensão. Além dos limites, os objetos também possuem outras características que definem um aspecto concreto, que são as propriedades dinâmicas e a sua constância perceptiva (Koffka, 2014).

No processo de organização sensorial, as formas são criadas espontaneamente. Mesmo que as imagens onde estejam inseridas não possuam significado ou sejam coerentes, as formas são percebidas de maneira independente. Contudo, elas são influenciadas entre si, onde as organizações dependem das soluções resultantes. Uma ordem é estruturada em consequência destas organizações, nas quais unidades são isoladas de outras formas (Gibson, 1950; Arnheim, 1974; Koffka, 2014).

Um fenómeno que ocorre geralmente nos casos de construção desses conjuntos é a suplementação ou conexão da imagem. Um vazio no espaço e tempo não preenchidos, são raramente compreendidos como integrados num objeto, portanto a conectividade é um parâmetro padrão para as unidades. O inteiro é mais relevante do que a junção de partes, pois este segundo é um processo sem sentido, enquanto a estrutura da unidade é significativa (Goodman, 1978; Koffka, 2014). Este tipo de percepção é definida pela *Lei de Prägnaz*. Essa regra determina que a organização psicológica de uma construção visual tende a ser da maneira mais simples, estável e coerente que as condições permitirem (Sternberg & Sternberg, 2012; Koffka, 2014).

Quando o ambiente é observado, os seus objetos tendem a ser percebidos em agrupamentos ou a formar contornos em organizações artificiais, baseados em determinados parâmetros, que são os princípios de organização da *Gestalt*. Basicamente, este sistema apresenta que as interpretações perceptuais maximizam a simplicidade e regularidade na visão humana. Os princípios que realizam esta influência são: relação com o fundo; proximidade; similaridade, continuidade; encerramento; e simetria (Gibson, 1950; Albert & Hoffman, 1992; Sternberg & Sternberg, 2012).

A forma possui dois significados, um sendo referente a três dimensões, constante na percepção, e o outro é sobre a forma como silhueta, que altera de acordo com o ângulo. Sob as condições mais simples possíveis, a percepção das formas é tridimensional e com profundidade. Quando algo é observado neste ambiente, determinadas imagens aparentam mais proeminentes em relação a outras, que parecem recuar para o fundo. Objetos em formas projetadas podem ser observados em sobreposição, pois eles podem estar posicionados de maneira que sejam ocultados por outros no mundo visual. Nestas ocasiões, estas novas imagens não são interpretadas como objetos deformados nesta nova composição, mas como uma continuação que não deve ser visível. Objetos tendem a ser complexos e terem continuidade, pois uma figura contínua é mais estável do que uma partida (Gibson, 1950; Albert & Hoffman, 1992; Sternberg & Sternberg, 2014; Koffka, 2014).

Se as informações que determinam a profundidade não estiverem disponíveis, o julgamento depende do contorno. Existem direções no espaço que exercem influência no processo de organização, tornando a organização figurativa mais fácil. A orientação definida é a essência de uma forma ser sempre representada, pois determina as diferenças na percepção da sua silhueta (Gibson, 1950; Koffka, 2014).

Objetos próximos também produzem um sentido de unidade espontaneamente. Há uma tendência de interpretar aqueles que são vistos próximos como parte de um conjunto. A distância também afeta a qualidade desta percepção, onde se o espaço for grande, uma relação não é estabelecida, mas quanto menor este intervalo, mais eficaz é a unidade. Juntamente com esta propriedade, a igualdade das partes próximas pode interferir. O nível de semelhança entre os objetos próximos também pode ser compreendido como parte do mesmo grupo na organização (Sternberg & Sternberg, 2012; Koffka, 2014).



Sobre a questão da composição, as formas mais básicas por vezes também tendem a ser vistas espelhadas a partir do centro, pois esta compreensão é gerada através das experiências destas simetrias no mundo visual. Além disso, quando as formas produzem áreas fechadas, são mais estáveis e mais facilmente produzidas. Neste tipo de organizações, o encerramento faz com que a figura seja percebida como independente. Por vezes, existe uma tendência de ligar e completar objetos, que por vezes não são realmente completos (Sternberg & Sternberg, 2012; Koffka, 2014). Por exemplo, a instalação artística *I can't work like this*, de Natascha Sadr Haghghian, apresenta uma composição de vários pregos, que funcionam como pontos, que criam uma sensação de contorno pela concepção humana do encerramento da forma. A frase apenas consegue ser lida devido a esta característica perceptiva da forma e um conjunto de outras, como a proximidade dos pontos e relação de contraste entre a frase e o fundo.



Fig. 12 – “*I can't work like this*” de Natascha Sadr Haghghian

Fonte: <https://www.guggenheim.org/artwork/28090>

### 2.3.12. MOVIMENTO

O mundo visível está em constante mudança. Imagens sobre a realidade desaparecem e permitem a formação de novas, num processo sucessivo. Esta qualidade da experiência é o movimento. A sua percepção também é baseada em inferências da memória e interpretação constante de sensações (Gibson, 1950; Virilio, 1991).

A noção de movimento está relacionada com continuidade, nem que seja por pontos adjacentes em momentos sucessivos com um intervalo de espaço considerável. Por esta lógica, o mundo visual não pode ser percebido em apenas um instante, necessita de uma sequência de imagens (Gibson, 1950). Na realidade, o tempo não para, portanto seria inadequada uma representação estática ou simultânea de movimentos. Para que uma intervenção possa ser realizada, a sua compreensão é em retrospectiva. Após a finalização de uma sequência, os seus significados são projetados de volta no tempo (Goodman, 1978; Virilio, 1994).

A percepção do movimento consiste na procura da forma ao longo do tempo, já que as imagens da retina estão em constante mudança (Gibson, 1950; Virilio, 1991). De acordo com estes fundamentos básicos, tecnicamente qualquer caso de movimentos percebidos dependem da mudança abrupta na localização de cores num período específico (Gibson, 1950; Goodman, 1978).

Mudanças perceptuais de forma, dimensão e posição de objetos, quando distância e perspectiva mudam, são experiências comuns do quotidiano. Tais mudanças são normalmente produzidas por diferentes fatores que influenciam a compreensão visual da movimentação. Primeiro, existe o movimento físico, que está relacionado com os objetos, não implicando necessariamente os acontecimentos no sistema visual. A seguir, há o movimento óptico, que consiste nos movimentos dos olhos, alterando as projeções na retina. Por último, há o movimento perceptivo, que envolve qualquer movimentação do corpo que influencie a percepção visual (Arnheim, 1974; Goodman, 1978).

Habitualmente, quando alguém se refere a movimento está a se referir à movimentação de um objeto. A diferença de posição, capaz de ser observada, determinada entre objetos é um indicador de distância e profundidade. Contudo, o corpo também é capaz de produzir este tipo de identificação. Os movimentos da cabeça podem criar uma deformação no campo de visão, alterando o padrão das formas projetadas. Desta maneira, a percepção de movimento no campo de visão pressupõe um deslocamento relativo entre objetos e o resto do campo, onde a direção angular

de objetos mais próximos é alterada mais rapidamente que de outros mais distantes. Este fenómeno é chamado de paralaxe (Gibson, 1950; Koffka, 2014).

Com relação à parte óptica, ocorre um efeito de aborrecimento no mecanismo visual causado pela adaptação das sensações na retina. Isto acarreta diversos pequenos e rápidos movimentos dos olhos, chamados de movimentos sacádicos (Sternberg & Sternberg, 2012; Hoffman, 2019). Quando estes são realizados, o sistema perceptual humano é suprimido, pois o interesse visual não está na transição, mas sim no objetivo final. Consequentemente, as pessoas são virtualmente cegas durante estes períodos, que não são sequer percebidos. Se algum tipo de detalhe do campo de visão for alterado nestes momentos, o observador geralmente não é capaz de reparar (Carbon, 2014).

As propriedades dos movimentos, como percebidos pelo olho normal, exigem uma orientação da visão, sendo esta tratada como um elemento básico para esta captação. A movimentação é um dos apelos mais fortes à atenção. Os humanos são atraídos pelos movimentos, pois estes implicam mudança no ambiente e isto pode requerer reações. Deste modo, é possível guiar o foco da observação pela disposição sequencial dessas ações (Arnheim, 1974; Virilio, 1991).

### 2.3.13. SEMIÓTICA

Os objetos do mundo visual possuem significados integrados que sugerem algo além da sua forma em si, funções não fisicamente presentes. Existe uma necessidade biológica de interpretar e compreender tais sinais, pois estas qualidades do ambiente são experiências não aprendidas, ou seja, sem sentido quando observadas pela primeira vez (Gibson, 1950; Walker & Chaplin, 1997). A semiologia, também chamada de semiótica, confronta exatamente esta questão de produção de significado nas imagens à primeira vista (Rose, 2001).

Semiologia significa o “estudo dos sinais”. Um sinal é uma unidade básica de comunicação e significado, que transmite uma ideia para alguém. Em teoria, tudo que possui significado pode ser compreendido pelos seus sinais e pelo seu funcionamento. Todo tipo de conhecimento depende de representação por sinais, que consequentemente são vulneráveis à interpretação da semiologia. Esta área disponibiliza meios de análise de imagens, que são, em si, a localização essencial dos

significados, para que seja possível uma relação com outros sistemas de compreensões. O contexto destas composições são o foco deste tipo de investigação, nos quais os sinais podem ser definidos como denotativos, sendo mais facilmente descodificáveis, ou conotativos, com estruturas de associações mais complexas (Rose, 2001; Schirato & Webb, 2004).

Os significados também podem ser adquiridos dependendo da organização e do contexto da representação. Os sinais podem produzir uma determinada interpretação em conjunto com outros que o cercam, ou que são apresentados antes ou depois no caso de uma sequência de imagens, ou até mesmo por contraste com a composição. Alguns tipos de significados específicos para um grupo de pessoas em particular podem ser produzidos através de códigos, onde apenas estes indivíduos seletos seriam capazes de desvendar a intenção desejada (Rose, 2001; Schirato & Webb, 2004). Um exemplo desta situação é o caso do artista Guy de Cointet, que criava obras visuais codificadas, que podiam ser apreciadas pelo visual em si, mas que possuíam uma outra dimensão no caso de haver o conhecimento da estrutura utilizada.

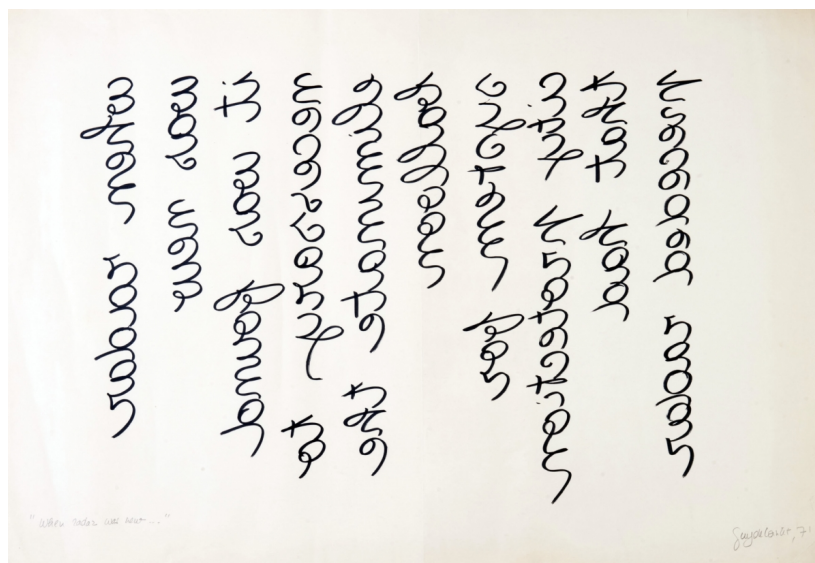


Fig. 13 – “When radar was new...” de Guy de Cointet

Fonte: <http://guydecointet.org/en/dessin/250>

A sensações podem ser definidas como símbolos das relações com o mundo exterior, o que influencia nas formas de relacionamento, portanto esta área envolve uma preocupação com os efeitos sociais dos significados. A semiótica também pode ser definida então como uma

abordagem analítica e um método de investigação que examina a utilização dos sinais na sociedade (Helmholtz, 1925; Rose, 2001; Schirato & Webb, 2004).

Um sinal consiste em duas propriedades para garantir que uma compreensão possa ser atingida com sucesso: aquilo que realiza a representação, o objeto significador ou conceito, e o seu significado, a imagem relacionada a ele. Por exemplo, no caso dos sinais linguísticos, não existe outro tipo de relação entre a palavra e seu significado, senão uma convenção, o que possibilita uma concepção mais aberta sobre a sua percepção. A conexão entre estas partes dos sinais pode ser questionada e a relação entre elas explorada para diferentes representações (Rose, 2001).

Aqueles que possuem a habilidade de interpretar corretamente os símbolos, as ideias referentes aos objetos do mundo visual, são capazes de ajustar as ações para atingir um determinado resultado. Existe um processo para a análise e concepção de significados, que consiste em identificar os sinais e o que eles significam, investigar como podem se relacionar com outros e assim é possível uma exploração mais profunda de conexões com outros sistemas de sentido. Uma maneira relevante de interação, que ajuda a cativar a atenção dos observadores, é induzir o contacto com os efeitos produzidos pelos sentidos. Alguns deles são: a organização espacial que promove um espaço específico para os observadores; implicar ausências visuais para serem preenchidos pela percepção; exploração da caligrafia, onde a palavra se torna um referente do objeto, o produto transforma-se na palavra; e trocadilhos e desafios visuais e textuais que ajudem a manter o foco da observação (Helmholtz, 1925; Rose, 2001).

## 2.4. DESIGN

### 2.4.1. PAPEL DO DESIGN NA SOCIEDADE

O conceito de um designer para os especialistas da área tem vindo a mudar, pois a área em si está a sofrer alterações. Neste mundo onde praticamente todos são capazes de produzir design, os profissionais precisam reestruturar a própria função para conseguirem adaptar-se. Este ambiente é resultado da propagação das ideias de inovação da sociedade através dos avanços tecnológicos. Os humanos, quando confrontados com problemas, utilizam uma criatividade inata para desenvolver uma solução, porém atualmente estas práticas estão a atingir diferentes escalas, impulsionando a capacidade de ação da sociedade. A normalização das tecnologias de informação e comunicação,

como a internet, possibilita o desenvolvimento de respostas para problemas sociais, mas também contesta os conceitos de bem-estar e relacionamento entre os indivíduos e o grupo, fazendo com que reinventem seus estilos de vida. O crescente número de pessoas utilizando estas habilidades criativas faz com que o conceito potencial de todos poderem ser designers seja uma realidade que deve ser abordada (Manzini, 2015).

A área do design passou a incluir uma maior variedade de competências para além do trabalho com aparências visuais e criação de produtos. Estas novas aptidões desenvolvem temas mais abstratos e conceptuais, como serviços, organizações, interações e experiências (Walker & Chaplin, 1997; Margolin, 2014). Tais inovações adaptam recursos já existentes para criar novas funções e significados, incorporando maneiras de pensar e estratégias de resolução de problemas que diferem do comum. Este método consiste em reformular os problemas para apresentar novas perspectivas e alcançar resultados diferentes (Manzini, 2015).

Esse crescimento tipológico das práticas da área não é o fator principal da mudança, mas sim a aplicação do pensamento de design sobre problemas onde anteriormente não seria utilizado (Margolin, 2014). O ambiente atual força a evolução constante das organizações, sempre para melhorar as maneiras de produção. As técnicas do design são inseridas neste contexto para induzir uma reflexão estratégica sobre o aprimoramento da própria identidade e vida dos projetos. Deste modo, esses procedimentos começam a dominar as outras áreas, elevando a quantidade de trabalhadores não especialistas que desenvolvem essas habilidades e experiências (Manzini, 2015).

A necessidade de outros profissionais seguirem práticas mais ligadas às técnicas do design entra em conflito com a dificuldade de serem realizadas de maneira adequada. Os técnicos de design devem intervir nesta altura, como mais qualificados, para providenciar suporte, orientar os processos e marcar pela diferença em inovação na sociedade (Manzini, 2015). Entretanto, acreditar que apenas os designers são capazes de mudar e melhorar o mundo não é um conceito muito realista, mas o design utilizado com consciência ética é uma importante ferramenta para este objetivo (Margolin, 2014).

Basicamente, o design é uma atividade que provém da capacidade de resolver problemas de qualquer escala, seja do quotidiano ou em escala global, com base na imaginação para realizar uma ação com fins produtivos (Margolin, 2014; Manzini, 2015). Também em sua definição, este

é considerado uma cultura e prática cujo interesse é desenvolver sentido, ou seja, como os objetos em causa deveriam ser a fim de obter funções desejadas e criar significados (Manzini, 2015).

As habilidades necessárias para a execução desse tipo de criação são a criatividade, o senso crítico e o senso prático. Com as ações apropriadas, estas capacidades podem ajudar a desenvolver algo inovador que ainda não foi pensado. Porém, como qualquer outro talento humano, estas técnicas precisam ser estimuladas e cultivadas (Manzini, 2015).

Deste modo, para evoluir em conjunto com este ambiente, o designer deve analisar a sua missão. Para isto, primeiro é preciso a compreensão das próprias capacidades, para obter controle sobre resultados. A seguir, deve idealizar as diferentes formas como tais capacidades podem ser eficazes em relação com um grupo, por questões de eficiência. Após essas verificações, será necessária a investigação das situações que requerem a intervenção do design (Margolin, 2014).

Os designers devem servir como modelos, capazes de desempenhar as perspectivas, cultura e aptidões específicas da área. Como forma de expressão da competência, precisam garantir que conseguem facilitar e criticar sobre o já existente, criando estratégias e tomando ações decisivas. Este conhecimento específico é a contribuição destes profissionais para os processos conjuntos, sendo fundamentado pelo estilo tradicional de design e por investigação interessada (Manzini, 2015).

Em termos mais práticos, para atingir os objetivos é necessário separar os elementos mais básicos das demandas funcionais para possibilitar propostas específicas para cada um. Através de múltiplas experiências, novas soluções serão apresentadas e com isto as melhores devem ser replicadas. Por fim, ao serem conectadas promovem iniciativas que melhor se aproximam ao esperado. O contexto inserido também permite análise, já que é o foco de reação dos resultados, podendo propor mudanças na solução. A resposta atingida por estes testes de tentativa e erro será importante para a determinação dos potenciais pontos críticos do resultado final. Esses métodos colaboram para o desenvolvimento de um sistema propício para a evolução conjunta do ambiente e dos processos de design nele efetuados (Manzini, 2015).

#### 2.4.2. NARRATIVA

Em seu sentido mais básico, narrativa significa história, porém este engloba tanto o conteúdo transmitido como o processo desta ação. Os textos visuais, por diferença de natureza de comunicação, podem ser menos evidentes em suas histórias, entretanto também possuem capacidades narrativas. A sua leitura é então condicionada pelo desenvolvimento do conteúdo, o contexto encontrado e a percepção do tipo de texto (Schirato & Webb, 2004).

Existem alguns elementos básicos que formam as histórias. Elas precisam possuir um enredo, o ponto de vista de onde são apresentadas, as personagens envolvidas, os acontecimentos, o tempo e lugar de tais eventos e como estes se relacionam (Schirato & Webb, 2004). Para a composição efetiva da situação é essencial que tais atributos sejam combinados e que suas partes estejam conectadas (Goodman, 1978). Contudo, as narrativas visuais, por serem visuais, também podem ser inferidas por outras características, como a organização de suas iconografias e a utilização da perspectiva para evidenciar um foco principal (Schirato & Webb, 2004).

Um dos instrumentos mais importantes para as narrativas é o tempo, pois estas descrevem eventos que decorrem num determinado espaço de tempo. Os acontecimentos de obras literárias são apresentados em séries específicas, porém as imagens podem ser vistas em qualquer ordem. Neste caso, a estrutura de visualização pode ser inferida pela organização dos objetos e a sua representação, mas não possui o controle temporal. Os tipos de soluções visuais que ultrapassam esta dificuldade são aqueles que utilizam sequências de imagens, como vídeos, pois a ordem de eventos nestas sobreposições destas imagens sugere uma leitura direcionada (Schirato & Webb, 2004).

Uma imagem possui grande potencial de narrativa, já que esta avaliação depende do investimento dos observadores em sua análise. Determinada criação visual pode indicar uma determinada leitura, porém cabe aos leitores a organização da história. Isto sugere que ler uma narrativa visual implica construí-la, porque as imagens podem ilustrar histórias, mas não necessariamente desenvolver uma narrativa (Schirato & Webb, 2004).

Outra maneira de apresentar narrativa através de imagens é utilizar movimentos expressivos, para possibilitar a transmissão de emoção pelo contexto. Entretanto, o conteúdo apenas pode ser identificado com conhecimento exterior à imagem. Nestes casos, sem algum tipo de legenda, a leitura da história torna-se mais complicada (Schirato & Webb, 2004). A definição que melhor representa este conceito é:



“An image may indeed ‘tell’, but it tells without the clarity provided by words, and without the principles of narrative organisation that are readily possible in verbal language. If a picture paints a thousand words, it is also true to say that it may be read in a thousand ways, and tell myriad stories, because pictures are always open to personal interpretation, and relatively inaccessible to any who lack very specific literacies.” (Schirato & Webb, 2004, p. 98)

Portanto, para uma compreensão exata da informação transmitida visualmente sem a necessidade de algum tipo de legenda, é necessário o conhecimento de contexto, dos códigos utilizados e da cultura envolvida (Schirato & Webb, 2004).

As histórias de narrativas operam num contexto social, onde os elementos são determinados pela cultura e uma determinada literacia é necessária para compreensão, condicionando, assim, a visualização. Para que as possibilidades de comunicação não estejam limitadas ao próprio conteúdo, a intertextualidade permite a leitura de histórias por pessoas que possuam experiências semelhantes. Como as práticas sociais não são desenvolvidas fora de um contexto social, esta ideia baseia-se em produzir significado para um determinado texto tendo outro como referência, para uma leitura mais efetiva (Schirato & Webb, 2004).

Para assegurar o sentido dos textos, eles podem ser organizados por gênero, que é uma maneira de classificação baseada na intertextualidade, ou seja, nas relações que partilham para compreensão. O foco dos gêneros não é apenas a identificação dos textos, mas também as suas interações. Entender o funcionamento deste sistema permite a percepção das comunicações dos textos pelos seus atributos particulares, assimilando o contexto e como reagir em relação aos mesmos (Schirato & Webb, 2004). Esta estrutura é o efeito de uma convecção social para orientar a observação, sendo um modo de organização ativamente construído (Goodman, 1978; Schirato & Webb, 2004).

Pode-se afirmar que a narrativa engloba a vida da sociedade, porque ela estrutura as práticas e as experiências de seres em ações sociais. Os eventos desenvolvidos socialmente são características das narrativas, que relacionam as pessoas e instituições envolvidas com os seus significados. Portanto, elas são um objeto de interação onde os valores sociais são sempre aplicados (Schirato & Webb, 2004).

A narrativa basicamente já não é um aspecto encontrado na arte, mas ainda existem alguns meios de comunicação visual que se empenham em manter o desenvolvimento de histórias, como programas de televisão e filmes. Estas criações visuais possuem um grande potencial expressivo, sendo capazes de transmitir ideias e emoções e de direcionar observadores a narrativas particulares (Schirato & Webb, 2004).

### 2.4.3. TIPOGRAFIA

A tipografia é uma ferramenta que permite a fluidez de mensagens, moldando o conteúdo e dando uma forma concreta à linguagem. Os tipos de letra são os materiais essenciais que os designers gráficos necessitam para a elaboração destas tarefas. A combinação destes tipos com significados e intenções formam os textos, que são construídos por uma sequência maior de palavras, podendo ser visualizados de maneiras diferentes, como objetos compactos ou algo flexível disposto nas páginas ou telas. O papel dos designers é manipular o texto para criar um caminho de informações, enquanto a tipografia ajuda a guiar os leitores pelo conteúdo (Lupton, 2010).

Ao escolher um tipo de letra, os profissionais devem ter em consideração as suas conotações e aspectos formais, para encontrar a melhor combinação entre o estilo das letras e a situação social e formato do conteúdo. Porém, não existe um manual específico sobre o significado ou função de cada tipo, ou seja, os designers devem avaliar as possibilidades dependendo das circunstâncias do projeto. Para combinar tipos de letra é mais relevante optar por contraste do que harmonia, procurando diferenças que gerem empatia. Seja na mesma linha ou em linhas diferentes, a alteração de pesos e tamanhos para causar contraste é importante para dar a cada um dos tipos uma função (Lupton, 2010).

Existem alguns parâmetros, como o espaçamento, o tamanho e a disposição das palavras, que podem ser alterados para dar uma expressão maior à tipografia. A escala é a dimensão dos elementos em relação a outros elementos do projeto e também ao espaço físico da criação, portanto, esta é relativa. Por ser uma característica física, as pessoas tendem a avaliar estas proporções em relação com os próprios corpos e o ambiente. Estas alterações possibilitam criações de efeitos visuais, como movimento e profundidade, e ajudam a criar uma hierarquia de importância sobre o conteúdo. A forma das letras também pode ser desenvolvida pelos designers

para ajudar a integrar melhor as imagens e texto, adaptando as palavras para o projeto que são destinadas. Outro aspecto variável é o alinhamento dos textos, que pode servir como forma de dinamizar o espaço e criar organizações interessantes (Lupton, 2010).

Além do desenvolvimento da forma das letras, é de interesse do design tipográfico o espaço existente entre elas, pois assim os significados das palavras podem ser transmitidos com precisão. Também entre as palavras, os espaços são tomados por garantido pelos leitores, embora a linguagem falada seja percebida como uma estrutura contínua. Enquanto o falar se dispõe apenas em uma direção, a forma escrita ocupa espaço além do tempo. Aproveitando esta dimensão espacial, a tipografia pode experimentar visualizações não lineares. Muitos projetos valorizam mais uma estrutura simultânea do que uma sequência linear e os meios digitais são identificados como boas potenciais fontes de comunicação não-linear. Dramatizando esta qualidade pode permitir uma compreensão de ambientes e projetos mais complexos (Lupton, 2010).

Da mesma forma como as imagens podem ser lidas, as palavras também podem ser vistas e percebidas pelas suas formas (Lupton, 2010). Contudo, a tipografia como imagem é pouco explorada, embora este conhecimento esteja integrado na cultura popular (Vilas-Boas, 2010). A maneira como os textos são utilizados e dispostos passa a ter mais importância do que os seus significados, logo, os designers devem avaliar as definições assumidas sobre eles para melhorar as interações com a comunicação visual. A tipografia é a interface do alfabeto e os leitores negligenciam a presença deste design por questão de hábitos de visualização. Quando esta interface se torna evidente consegue apresentar a identidade e a construção dos projetos. Os designers almejam controlar o comportamento dos observadores dos seus projetos, por isso, utilizam a tipografia e estas técnicas para direcionar a interpretação e garantir o funcionamento ao longo do tempo (Lupton, 2010).

#### 2.4.4. COR

Os profissionais que lidam com a utilização de cores em seus projetos devem saber de que maneira estas afetam aqueles que as observam. Embora as decisões estéticas e estilos sejam individuais a cada um, os efeitos que elas exercem são universais. Portanto, o uso consciente das cores e a

intenção direcionada para o conceito permite poupar tempo e esforço no desenvolvimento do trabalho (Heller, 2014).

A relação entre as cores e os sentimentos adquiridos não advém do acaso, nem é limitada por opiniões pessoais, mas são derivadas de experiências comuns, com base na cultura, na linguagem e no pensamento. O número base de cores é menor do que o de sentimentos que as pessoas normalmente são capazes de identificar, conseqüentemente, cada cor é capaz de ser relacionada com diversos efeitos, por vezes contraditórios, mas que são definidos de acordo com a ocasião específica. Embora experiências pessoais possam permitir algumas associações individuais, a compreensão coletiva é mais relevante pois apresenta um padrão social, já que as mesmas cores tendem a ser relacionadas com sentimentos e efeitos semelhantes (Heller, 2014).

Cada cor possui um significado e este é determinado pelo contexto onde esta está inserida, ou seja, no conjunto de sentidos que determinam a sua função. Com esta situação, é possível perceber se a escolha será adequada ou se a sua intenção não está de acordo com o resto dos elementos do ambiente (Heller, 2014).

Geralmente, as cores estão dispostas juntamente com outras e estes grupos são concebidos como uma identidade sob o efeito que proporcionam. Este acorde cromático não é gerado por uma combinação aleatória, mas pelas cores que se apresentam mais frequentemente associadas ao mesmo significado quando agrupadas. Com base nestas qualidades, as paletas criadas evocam uma harmonia, onde as relações particulares transmitem sensações de equilíbrio. Por este motivo, a composição em si é importante, pois o conjunto realça e determina o efeito da cor principal (Heller, 2014; Lupton, 2015).

As cores não são apenas instrumentos técnicos visuais ou fenômenos ópticos, elas possuem identidade, todas igualmente importantes e insubstituíveis devido aos seus significados. Essas impressões psicológicas geradas são de domínio imprescindível para os profissionais que se dedicam a este tipo de trabalho (Heller, 2014).

#### 2.4.5. ANIMAÇÃO

A área da animação envolve o trabalho e a aplicação do tempo às imagens anteriormente estáticas, pois trabalha com histórias que decorrem com o auxílio desta nova dimensão (Williams, 2009). Entretanto, estes elementos visuais não podem seguir uma sequência desordenada na tela, pois para o desenvolvimento de uma experiência gratificante, o conteúdo deve ser disposto de maneira relevante para a continuidade da história. Uma animação deve utilizar um conjunto de propriedades visuais que transmitam ações completas, ou seja, que proporcione uma sensação satisfatória de completude (Lupton, 2015).

Estas criações dependem de ações e tais ações precisam ocorrer de maneira fluida para que as características e intenções exatas dos objetos representados sejam perceptíveis. Por este motivo, os dois princípios básicos da animação são o espaçamento e o tempo, que juntos definem os movimentos. O tempo é o ritmo dos acontecimentos e o espaçamento é a distância da deslocação, que são técnicas sempre presentes e que determinam a compreensão de personalidade por associação com a realidade (Williams, 2009).

Como as ações estão a ser realizadas por objetos, a animação deve refletir as suas características para aparentarem ser concretos, possuírem massa. É necessário haver a representação de flexibilidade e peso de forma equilibrada para a obtenção de uma imagem estável e de acordo com o seu propósito definido. A maneira para atingir este objetivo é demonstrando consciência sobre o objeto. Simular a interação com algo significa antecipar a sua forma física. Essas ações de preparação devem servir para comunicar a direção que a situação vai tomar e criar expectativa. Essa mesma expectativa pode ser explorada para efeitos de surpresa se a conclusão não for a esperada. A forma de demonstrar essas propriedades é através de ações. Essas características são definidas pela capacidade de movimentação dos objetos na imagem (Williams, 2009).

O movimento é então o resultado principal da animação, pois é gerado pelas ações. Para se retratar mais eficazmente tais movimentos, especialmente de maior rapidez, certas liberdades de distorção da forma podem ser tomadas. Essas alterações caracterizam a visualização para uma simulação de velocidade real (Williams, 2009).

A maneira como estes movimentos são desenvolvidos acrescenta personalidade a ação e ao objeto que está a executá-la. Todas as interferências são realizadas com a intenção de realçar e dinamizar as ações. A personalidade retratada deve variar de acordo com a circunstância, portanto

é importante estar consciente e ter atenção a situação. As personagens são criadas através da projeção das emoções adequadas de acordo com a intenção (Williams, 2009).

Com estas criações visuais podem ser tomadas liberdades no que está relacionado a realidade para atingir um efeito desejado, porém ainda é preciso serem credíveis. Embora por vezes as animações possam ser mais abstratas, as animações sugerem movimentos e comportamentos inspirados pelo mundo físico. Para que seja possível se diferenciarem da realidade em determinados parâmetros, os objetos precisam ser baseados nela e o seu funcionamento precisa ser compreendido (Williams, 2009; Lupton, 2015).

## 2.5. CONCLUSÃO

Após a análise destas informações, é possível identificar os tópicos relevantes para o desenvolvimento da proposta. Os conceitos essenciais de cada uma das áreas abordadas irão possibilitar a criação de uma estrutura, que ajudará a guiar e filtrar conteúdos, de acordo com a necessidade de aplicação no projeto.

No que diz respeito à cultura visual, a sociedade atual possui uma relação constante com criações gráficas. Esta exposição contínua de imagens cria uma falta de interesse e paciência dos observadores para consumo específico de conteúdo, induzindo uma visualização superficial. Ainda que vídeos, pelas suas propriedades estruturais que exigem mais concentração, sejam considerados mais atrativos, ainda é necessária a elaboração de produtos que se destaquem nesse sistema.

Sobre a percepção visual, as pessoas interpretam aquilo que assistem com base naquilo que sabem. Como as experiências são normalmente comuns, as ideias formadas são semelhantes, exceto sobre conhecimentos específicos, mas estes não são relevantes para um estudo sobre a atuação em um contexto geral. A concepção da realidade pessoal está muito dependente do ponto de vista da observação, o que implica que, se esta perspectiva pode ser alterada com determinada intenção, a realidade, ou seja, a maneira como o espectador aprecia alguma criação visual, também pode ser controlada. As ilusões são uma boa forma de aplicar esta alteração do real, pois atraem atenção pela curiosidade e anormalidade da situação e expõem a ideia de controle da percepção de uma forma não direta e contraditória. Como os elementos visuais mais simples são mais facilmente interpretados da mesma maneira, estes devem ser desenvolvidos com os conceitos de associação

de significados, para mesmo construções simples serem capazes de inferir o resultado desejado, como são os exemplos das palavras.

Além destes pontos, a construção em si também é relevante para o sucesso da exposição do projeto, como apresenta a área do design. As propriedades físicas criadas inferem certos significados que devem ser avaliados em consideração à intenção do conjunto. Mesmo que o foco principal de uma criação não envolva uma história, o desenvolvimento de uma narrativa deve ser parte da preocupação do criador, pois a transmissão efetiva de uma mensagem é imprescindível.

Em suma, um projeto que conjugue as propriedades dessas áreas, em princípio, será capaz de atrair a atenção dos observadores. Com o sucesso de alteração da percepção pessoal por parte da criação visual, o conceito de aplicação deste método é comprovado e será possível a aplicação em diferentes áreas para comunicação.

# PARTE III

---

METODOLOGIA PROJETUAL



### 3. METODOLOGIA

#### 3.1. INTRODUÇÃO

De modo a efetuar o projeto académico acompanhado de investigação científica é preciso um sistema de organização tanto de conteúdo como também de desenvolvimento da estrutura do projeto em si. Desta forma, a necessidade da aplicação de uma metodologia se apresenta como essencial para delinear as etapas necessárias, o plano de abordagem e as informações relevantes para o progresso do assunto. Tal sistema consiste num conjunto de métodos mais adequados para proporcionar uma evolução do processo de forma eficiente e clara.

Como cada projeto aborda questões e situações diferentes, os métodos aplicados também não podem ser os mesmos. Existem diversas opções que promovem resultados diferentes, portanto é preciso escolher uma abordagem específica que conjugue aqueles que seriam ideais para atingir os objetivos definidos e responder as perguntas de investigação. Após a seleção, a metodologia criada determina a ordem de desenvolvimento.

Neste capítulo serão abordados os métodos utilizados e as suas funções na metodologia, sendo divididos entre as fases definidas. A seguir serão apresentadas as fases individualmente, de modo a explicar mais detalhadamente as situações e também criar uma relação ao caso individual deste projeto.

#### 3.2. MÉTODOS UTILIZADOS

Para o desenvolvimento deste projeto foi elaborada uma metodologia que conjugasse as informações teóricas com a criação da componente prática num processo segmentado e eficaz. Com este objetivo, foram selecionados diferentes métodos que contribuíssem para a eficiência do trabalho, levando em consideração as necessidades do tema. A abordagem para esta estrutura é baseada numa investigação predominantemente qualitativa, devido à complexidade do assunto, subjetividade relativa do conteúdo para criação visual e necessidade de representação de uma experiência específica.

A primeira técnica utilizada é a do *Design Thinking* (Interaction Design Foundation, 2020). Esta metodologia segue uma organização que tem o propósito de compreender e redefinir

problemas para desafiar suposições predefinidas sobre o assunto em questão. As suas partes de desenvolvimento são:

- *Empathize*: compreensão do problema para reconhecer a sua essência;
- *Define*: análise e síntese de informações adquiridas para definição das verdadeiras necessidades da questão;
- *Ideate*: gerar ideias que tentem resolver o problemas de maneiras alternativas;
- *Prototype*: fase experimental para criar e identificar a melhor solução possível;
- *Test*: parte final para testar resultados, realizar últimos ajustes e verificar se novas iterações serão necessárias.

A próxima metodologia implementada é a *Design Sprint Methodology* (Google, 2020). Esta estrutura foi desenvolvida pela empresa Google para ser uma forma eficiente de atingir soluções inovadoras para questões complexas num espaço de tempo definido. A evolução do projeto passa por partes divergentes e convergentes em relação ao conteúdo, onde são criadas opções e feitas escolhas, respectivamente. Estas fases do processo consistem em:

- *Understand*: ambientação com o problema e com as suas informações pertinentes;
- *Define*: definição do foco da situação com base na avaliação realizada;
- *Sketch*: geração de uma variedade de ideias, em busca de inspiração e soluções alternativas;
- *Decide*: finalização e decisão do conceito ou direção para desenvolvimento;
- *Prototype*: concretização do conceito com correção de detalhes;
- *Validate*: validação do resultado para aprovação ou possibilidade de iterações.

Para a realização destas etapas de metodologia são necessários métodos de atuação específica. Após a consulta do livro *Universal Methods of Design* (Martin & Hanington, 2012), foram selecionadas as soluções que se adequavam melhor para efetuar a tarefa indicada. Os métodos em questão são:

- *Literature Reviews*: consiste em verificar conteúdo existente sobre o tema para determinar o estado da arte e identificar as informações essenciais;
- *Content Analysis*: é uma técnica sistemática de analisar informações qualitativas, onde existem duas formas de abordagem: a dedutiva, que implica criar categorias de informação

antes da análise, e a indutiva, onde tais categorias são derivadas da relação de informações adquiridas;

- *Brainstorming Graphic Organizers*: é uma forma de criar novas ideias e conceitos e depois organizá-los visualmente de acordo com suas associações e relevância;
- *Storyboard*: é uma estrutura que providencia uma narrativa visual para comunicar efetivamente as partes importantes do projeto;
- *Prototyping*: resume-se em desenvolver os conceitos em soluções tangíveis, com o objetivo de determinar o resultado final;
- *Questionnaires*: são instrumentos baseados em perguntas para obter informações e perspectivas específicas dos questionados.

Os métodos apresentados foram os selecionados para acompanhar a evolução do projeto. Como estas técnicas são genéricas e podem ser aplicadas a qualquer criação, foi optado por estabelecer uma metodologia que relacionasse tais conceitos para aplicar um sistema mais específico, exclusivo e dedicado a este desenvolvimento. Neste caso, foi desenvolvido um esquema (Fig. 14) (ver anexo A) que divide o processo em cinco fases: Compreender, Definir, Idealizar, Criar e Validar. Estas etapas são divididas por temas associados, onde as informações e conteúdos são elaborados de modo a melhorar as opções disponíveis e otimizar as decisões.

F	FASE 1	FASE 2	FASE 3		FASE 4	FASE 5
N	COMPREENDER	DEFINIR	IDEALIZAR		CRIAR	VALIDAR
DT	Emphasize	Define	Ideate		Prototype	Test
DSM	Understand	Define	Sketch	Decide	Prototype	Validate
UM	Literature Reviews	Content Analysis (deductive)	Brainstorming		Storyboards + Prototyping	Questionnaires + Content Analysis (inductive)

Fig. 14 – Esquema da Metodologia Projetual

Fonte: Autor

### 3.3. DESENVOLVIMENTO DA METODOLOGIA APLICADA

#### 3.3.1. FASE 1: COMPREENDER

A fase inicial deste trabalho prende-se com a compreensão do problema em questão. Para que um projeto seja bem fundamentado, e para a obtenção de um resultado pertinente e efetivo, é necessária uma ambientação com as informações relevantes, principais e atualizadas do assunto. Portanto, esta parte é divergente com o intuito de abranger uma quantidade maior de dados e determinar o estado da arte.

Com este objetivo, o método aplicado foi a *Literature Review*. Esta revisão consiste num enquadramento teórico, é uma parte essencial das dissertações académicas que implica uma investigação da literatura oficial e imprescindível para o posicionamento do projeto no tema. A organização da informação adquirida depende do propósito do trabalho realizado a seguir, onde pode ser estruturado sob algumas estratégias convencionais, como cronológica, temática ou metodológica.

No caso específico deste projeto foi optada por uma estrutura temática. A investigação foi dividida em três temas principais, que são a cultura visual, a percepção visual e o design. Com isto, o foco da investigação foi conduzido com prioridade para as obras que se destacassem como mais relevantes. Os assuntos investigados são derivados dos principais e foram definidos através de associações feitas entre as literaturas averiguadas. Quando uma determinada informação era evidenciada por diferentes autores, o conteúdo era verificado e considerado válido para integrar a estrutura. Os autores foram selecionados através de referências em outras obras e pela efetividade demonstrada na área. A investigação foi encerrada quando as informações apresentavam repetições e não eram descobertos mais dados novos que acrescentassem valor ao trabalho já realizado.

#### 3.3.2. FASE 2: DEFINIR

Esta próxima fase consiste em definir exatamente a questão por tratar dentro do tema, o contexto da situação e o tipo de abordagem a ser realizada. Para isto, o processo conta com a análise das informações adquiridas na etapa anterior. Esta parte é convergente, pois analisa, resume e

segmenta o conteúdo da investigação para que possam ser estruturadas conclusões que apresentem o foco para o projeto.

Para isso, a aplicação do método de *Content Analysis* foi a solução estabelecida. Nesta prática ocorre a seleção dos focos de informação relevantes para serem agrupados de acordo com um sistema e depois estruturados de uma forma sucinta. Este método foi escolhido por ser uma maneira sistemática de tratar temas mais subjetivos, com informação qualitativa, como é o caso de investigações para trabalhos criativos.

Neste projeto, tal desenvolvimento está evidenciado na PARTE II do relatório, onde integra a revisão de literatura, da fase anterior, já sob o processo de conteúdo analisado. A abordagem dedutiva foi selecionada por ser mais relevante para esta etapa, pois já haviam temas definidos durante a fase de pesquisa. Portanto, a segmentação de conteúdo foi efetuada com base nestes mesmos assuntos selecionados para a investigação e foi definida a forma de atuação do projeto neste ambiente em questão, como apresentado na conclusão da PARTE II.

### 3.3.3. FASE 3: IDEALIZAR

Esta é a primeira fase de desenvolvimento criativo do projeto. Com o contexto definido, a próxima etapa tem o objetivo de formar o máximo de ideias possíveis para aplicação, tendo em consideração as necessidades apresentadas anteriormente. Após a criação das propostas deve ser decidida uma direção mais explícita sobre exatamente como será construída a componente visual do projeto. Desta forma, esta é uma fase divergente e convergente, pois consiste em ampliar as opções, mas também selecionar aquelas que serão utilizadas.

O método determinado para a execução dessas tarefas foi o *Brainstorming Graphic Organizers*, pois é capaz de solucionar individualmente as diferentes necessidades desta fase. Esta abordagem consiste em formar ideias inicialmente com foco na quantidade ao invés de qualidade, evoluindo e acrescentando conceitos associados, para que os processos de pensamento decorram sem interrupções. A seguir, esta informação é estruturada visualmente para uma melhor compreensão geral de tudo que foi desenvolvido, onde passam por uma seleção para serem excluídas aquelas que não estão de acordo com o conceito e selecionadas aquelas que ajudarem a decidir como será o conteúdo.

Neste caso específico, as propostas partiram dos conceitos principais de percepção e atenção, assim como também inspirações dos outros temas analisados e introduzindo soluções mais visuais. Após esta etapa de elaboração de conceitos, estes foram organizados em um sistema de *brainstorming web* (Fig. 15) (ver anexo B), pois dessa forma é mais fácil de analisar o conteúdo por partes designadas do projeto, onde a ideia central apresenta as outras como características e relações suporte. As três áreas em que foram divididos são de narrativa, técnicas e estética, compreendendo os pontos necessários e formas criativas para a confecção do projeto. É nesta fase que ficou definida a ideia de execução de um vídeo com diferentes elaborações de atenção e perspectivas.



Fig. 15 – Representação visual do *brainstorming*

Fonte: Autor

### 3.3.4. FASE 4: CRIAR

Com o conteúdo especificado, esta nova fase consiste em desenvolver em concreto o objeto. Basicamente, a sua função é produzir alternativas para o projeto em busca da solução final, avaliando os melhores resultados práticos para o objetivo. Esta etapa é divergente, pois o seu foco

é o desenvolvimento de possibilidades, onde a criação de diferentes iterações, com melhorias baseadas nos resultados das análises e validações da próxima fase, poderiam ser realizadas. Entretanto, o conceito deste projeto é ser desenvolvido como peça única, com uma interpretação específica do assunto e após uma investigação da área. Portanto, caso após a sua avaliação final sejam identificados aspectos que sugiram alterações ao objeto, estes serão abordados na análise de resultados, sendo evidenciados como possibilidades futuras e examinando a verdadeira eficácia deste processo em particular.

O primeiro método aplicado nesta fase foi a realização de *Storyboards*. Este baseia-se no desenvolvimento da narrativa através de exemplos visuais com ênfase nas etapas marcantes do conteúdo. Deve possuir a capacidade de criar empatia e transmitir o contexto definido para ajudar a captar informações relevantes que devem ser consideradas. Este é ideal para representar a passagem de tempo, onde juntamente com um roteiro pode ajudar a definir as sequências.

Neste projeto, os *storyboards* foram criados em conjunto com o roteiro, para que fosse possível um maior cuidado na implementação das técnicas visuais. Como a própria estrutura do vídeo implica o direcionamento da atenção e foi pensada para replicar os processos perceptivos desde o início, todas as etapas da narrativa ficariam já determinadas nesta parte. De modo a apresentar uma melhor compreensão dos acontecimentos, a sequência foi dividida em partes e cenas, baseadas nas alterações entre técnicas utilizadas e com textos justificando e explicando os detalhes do visual (Fig. 16) (ver anexo C).

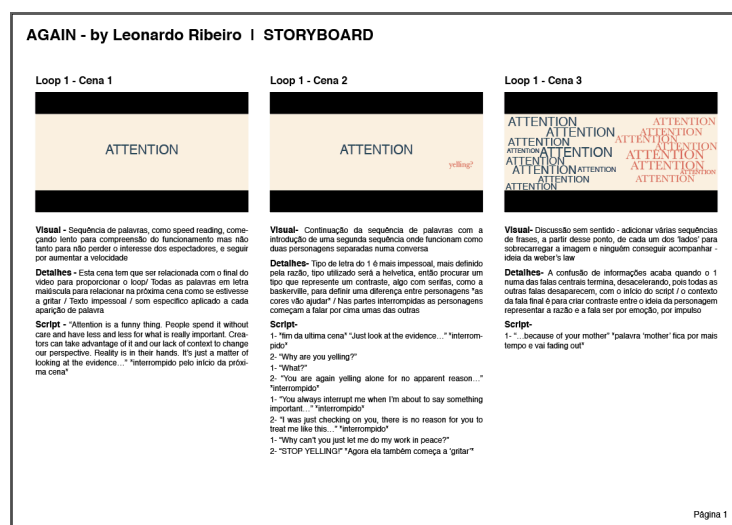


Fig. 16 – Página de *storyboards*

Fonte: Autor

O próximo método aplicado foi o *Prototyping*, que consiste no desenvolvimento concreto de uma proposta do objeto final. Este processo pode ser dividido pelo nível de fidelidade do protótipo em relação ao que será o objeto final. Os protótipos de baixa fidelidade são bons para testes de ideias numa fase inicial, pois não são refinados, são mais fáceis e rápidos de produzir e possuem o intuito de testar opções. Já os de alta fidelidade são indicados para uma fase mais avançada, pois são mais aperfeiçoados e semelhantes ao produto concluído.

No que diz respeito a este trabalho, como o objetivo é realizar apenas uma peça final para avaliação e criação de propostas para futuro desenvolvimento, esta fase é a que irá gerar o projeto final. Com isto em conta, a melhor opção para ser executada é a de produzir o protótipo como produto final, ou seja, um protótipo de alta fidelidade com devido cuidado com os detalhes para ser apresentado como única iteração. Como esta ainda é uma parte de desenvolvimento, a criação deste objeto deve corrigir todas as falhas e adaptar todas as informações para que a sua reprodução seja viável no meio escolhido.

### 3.3.5. FASE 5: VALIDAR

Após o projeto finalizado, a próxima etapa prende-se com a validação do objeto e do seu conteúdo. Através dos métodos desta fase, os resultados do desenvolvimento concreto são testados para se verificar a qualidade do objeto, a coerência com o tema, a funcionalidade dos seus parâmetros e a necessidade de iterações. Esta é uma etapa convergente, pois indica as exigências do trabalho e limita os aspectos que são necessários para aperfeiçoar o produto final para a sua melhor versão possível. Entretanto, no caso específico deste projeto, os detalhes que não resultarem como esperado e as possibilidades de alterações serão avaliados e devidamente sinalizados para as reflexões destinadas a investigações futuras, para manter esta produção com a sua intenção original, mas sem deixar de apontar melhorias.

Primeiramente, foi necessária a utilização do método dos *Questionnaires*. Estes são instrumentos de pesquisa para adquirir informação das pessoas sobre os seus pensamentos e suas percepções, geralmente sob forma escrita. Para a obtenção de respostas claras e relevantes é necessária uma atenção especial para a construção das perguntas. A conjugação correta de palavras permite que a percepção seja direcionada para exatamente o tipo de resposta que se pretende e que não haja espaço para uma compreensão ambígua.



Desta forma, no que diz respeito a este projeto, as perguntas foram desenvolvidas num formulário na internet, para facilitar o contacto com os inquiridos e para que a variedade seja maior, já que não há uma restrição ao local. As perguntas foram criadas com base no desenvolvimento do objeto, onde constam questões relativas à sua estrutura, às técnicas visuais, ao tema e à sua abordagem. No geral, as perguntas principais são de múltipla escolha com apenas respostas de sim ou não, para testar a validade de determinados pontos mais diretamente, mas com a possibilidade de justificativas, para uma avaliação mais específica e críticas construtivas sobre o trabalho. A validação foi destinada a profissionais da área criativa para compreender a verdadeira funcionalidade deste conhecimento em relação à criação de conteúdo.

O método seguinte aplicado é o *Content Analysis*, como visto anteriormente, entretanto, nesta fase, foi utilizada a abordagem indutiva. Como as informações adquiridas dos questionários são individuais, este método serve para analisar tais respostas em busca de padrões nas opiniões. Desta forma, os resultados podem ser segmentados de acordo com as necessidades apresentadas pelas próprias respostas, possibilitando um desenvolvimento de solução mais adequado.

### 3.4. CONCLUSÃO

As fases apresentadas foram cuidadosamente elaboradas para promoverem um sistema intuitivo e simples de ser acompanhado. As etapas de compreensão e definição se complementam, possibilitando uma estrutura de conhecimento para a continuação prática do conteúdo. A parte de idealização transforma a informação em possibilidades visuais que podem ser trabalhadas a seguir. A fase de criação reverte os dados levantados até ao momento e concretiza todos os detalhes necessários, finalizando o objeto final. A última fase, da validação, verifica os resultados para o trabalho ficar concluído.

Em suma, se esta metodologia for seguida na implementação do projeto, este será capaz de suprir todas as necessidades das situações encontradas e alcançar os objetivos que haviam sido definidos pelas questões iniciais de investigação. Como esta é uma conjugação de teorias já testadas e comprovadas, a expectativa do resultado final é positiva, com a capacidade de ser desconstruída em diversos pontos do seu desenvolvimento, para justificar qualquer alternativa ou decisão tomada.

# PARTE IV

---

O OBJETO

## **4. DOCUMENTAÇÃO DO RESULTADO**

### **4.1. IDEALIZAÇÃO**

A proposta do tema prende-se com a investigação do funcionamento da visualização em si. Uma pesquisa sobre a estrutura cognitiva possibilita o entendimento dos parâmetros que definem a percepção da realidade. Parte do objetivo deste projeto é elaborar o conceito de perspectiva, que na sua própria definição semântica envolve significados concretos, sobre visualização, e abstratos, sobre opiniões. Como essas ideias são relacionadas em sentidos, o pretendido é a criação de algo visual que explore como a alteração do ponto de vista pode influenciar a concepção da realidade.

A cognição é fulcral para o desenvolvimento, pois são as experiências que determinam a validade de algo para um indivíduo. A confiança nos órgãos sensoriais é de tal forma elevada que põe em causa o conhecimento da mente e da memória, pois os conceitos de existência e realidade são por muitas vezes confundidos como apenas um e não como o físico e o concebido, respectivamente.

Desta forma, a proposta principal do projeto é manipular a atenção dos espectadores para sugerir uma determinada maneira de visualização desejada. Para isso, o seu conceito fundamental é produzir algo em concreto, que transmita algum tipo de sensação para o visualizador, onde este seja capaz de assumir uma perspectiva em troca de um fundamento conhecido e confirmado.

Para que isto seja possível, a ideia é trabalhar sobre a simulação de percepção. Através da manipulação de noções pré-definidas sobre o mundo e evocando a utilização da memória, pretende-se obrigar o observador a fazer associações inconscientes sobre a real situação. Ao tirar proveito desta situação, é possível causar impacto pela falta de informação e previsão do resultado. Esta ilusão deriva da necessidade de completar lacunas com informações baseadas em experiências anteriores, sendo uma resposta natural ao desconhecido.

O propósito deste projeto não é ser o ponto máximo de realização destas ideias, nem ser uma compilação de todas as possibilidades de utilização de técnicas cognitivas, pois a variedade desta área é muito vasta para ser abordada em apenas uma investigação. O objetivo não é ser um manual completo, mas sim uma exposição deste conhecimento, com a representação de algumas técnicas disponíveis. A elaboração desta criação visual procura validar esta maneira de produção e investigação, enquanto ainda deixando espaço para aprimoramento da pesquisa. Após ter a

informação agrupada e a sua veracidade provada, esta pode ser uma fonte de informação sobre o tema, inspiração para futuros desenvolvimentos gráficos, ou até mesmo exemplo de utilização dessas ideias.

Portanto a primeira etapa a ser concluída é a definição dos aspectos específicos que serão desenvolvidos na elaboração do projeto. Para isto, foi realizado um *brainstorming* com o intuito de disponibilizar ideias originais e viabilizar novas conexões de pensamentos através de uma representação visual (Fig. 17). As ideias foram formadas com base na narrativa, estética e técnicas perceptivas, pois eram as necessidades definidas para a produção de um objeto visual com intenção aplicada.

BRAINSTORMING - PERCEPÇÃO & ATENÇÃO

NARRATIVA

tipografia como personagens

4th wall break

performance

personalidade nos objetos

interação palavra-som

ambiguidade de significados

transição de info. impessoal para personagens

ESTÉTICA

alterações de cor

contraste com vfx

tunnel vision

glitch

minimalismo

barrier grid animation

video tipográfico

bordas de vídeo falsas

tipografia como formas e objetos

TÉCNICAS

objetos impossíveis

atração e curiosidade pela velocidade

codificação de conteúdo

ambiguidade visual

saccade blindness

atenção e associação por repetição

jogos com construção de palavras

entimema

speed reading

pareidolia

subversão de expectativas

paradoxos

Weber's law

mixed reality

Loop

misdirection

diferentes leituras induzidas

negative space

perspectiva anamórfica

vídeo como objeto de manipulação

alteração de ordens de palavras

Fig. 17 – Representação do *brainstorming* com ideias selecionadas

Fonte: Autor

Com as possibilidades dispostas, foram selecionadas aquelas que mais diretamente seriam capazes de transmitir a mensagem proposta. Deste modo, um tema obteve destaque na formulação da estética, que foi o conceito de um vídeo tipográfico. Tendo em consideração que, em

comparação com uma imagem que pode ser interpretada de diversas formas, as palavras possuem um significado associado que não é alterável, o que possibilita um controle mais direto do sentido e impacto que terá. Outro ponto que esta relação evidencia é o caso de a interpretação de uma imagem ser mais rapidamente formada do que de uma palavra, que precisa ser lida no seu todo para ser compreendida e ainda está limitada pelo idioma. Entretanto, isto pode ser aproveitado, pois, como para ler uma palavra é necessária uma concentração direcionada, com uma série delas é possível manter a atenção dos espectadores durante o tempo de exposição e interpretação do conteúdo.

Como forma de explorar este atributo das palavras, a narrativa que será apresentada no vídeo foi desenvolvida em textos. De modo a manipular a velocidade de leitura e ao mesmo tempo prender o foco daqueles que observam, estes foram dispostos em forma de sequências de palavras que são alternadas individualmente num ponto específico da composição, incitando a localização de atenção para compreender a informação. O roteiro foi cuidadosamente criado para o êxito desta característica, considerando o tempo de leitura de cada secção, para que as cenas sejam percebidas corretamente e com o impacto desejado.

Juntamente com o roteiro, um *storyboard* foi elaborado para representar concretamente a estética indicada para cada secção (Fig. 18). Este consistia num quadro que retratasse o visual essencial da cena em questão, acompanhado de uma descrição do mesmo, os textos do roteiro em si destinados a esta parte e os detalhes específicos que possam não ter ficado evidentes. Esta estrutura é relevante para a determinação de acontecimentos, já que as mudanças que ocorrem no vídeo, aplicadas pelas técnicas utilizadas, são vitais para o funcionamento da prática escolhida de manipulação da percepção. Esta prática em questão é a subversão de expectativas, que tem como objetivo surpreender os espectadores com um resultado inesperado. Assim sendo, o projeto será capaz de provar o poder de alterar as perspectivas concebidas pela associação própria, causando surpresa e ao mesmo tempo condicionando a visualização para seguir uma linha de expectativas específicas.

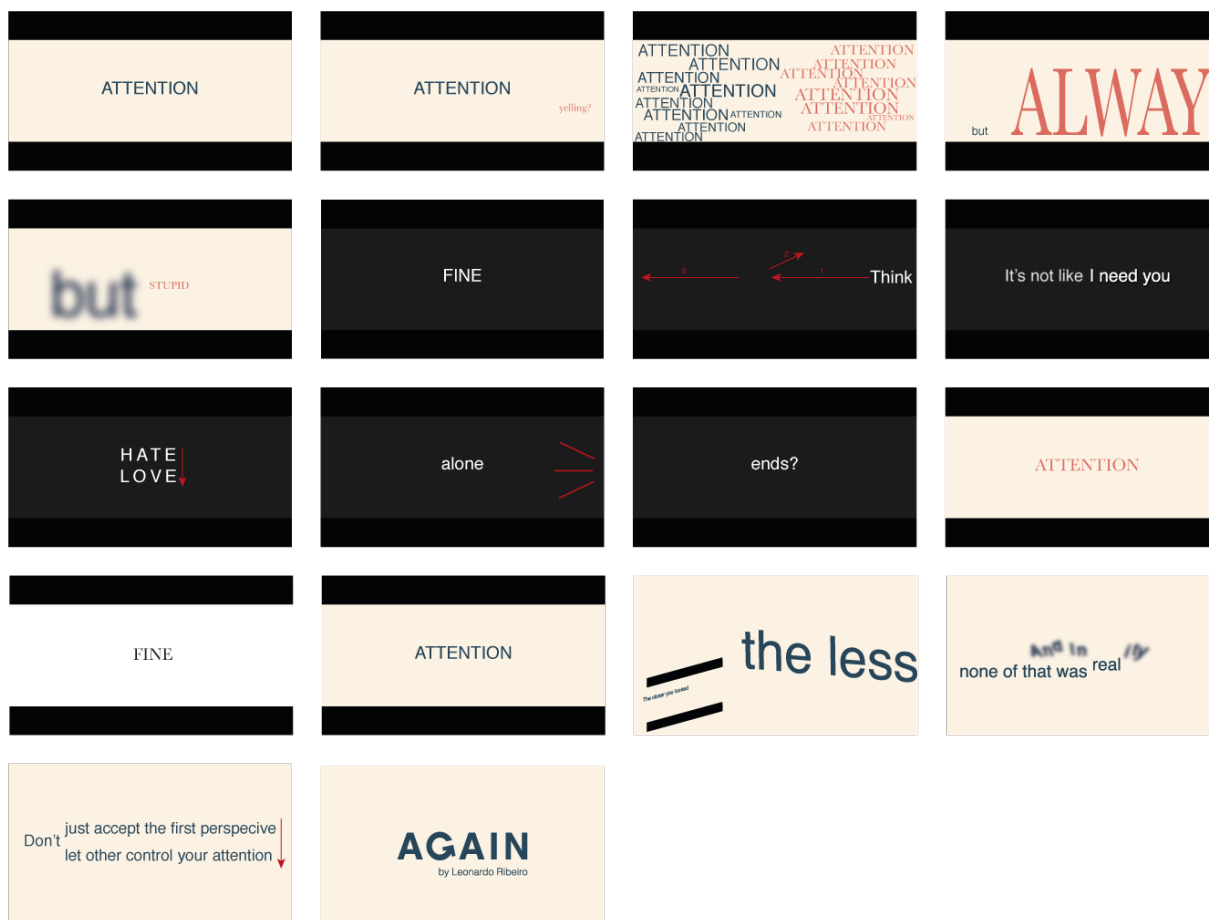


Fig. 18 – Sequência de *storyboards*

Fonte: Autor

## 4.2. PROJETO

O projeto, como indicado anteriormente, é um curto vídeo de animação tipográfica que explora a criação visual com foco na percepção e na atenção. Pela sua natureza estrutural, não é possível representá-lo devidamente nas páginas de um relatório, apenas demonstrações de momentos individuais. Entretanto, para apreciação do objeto final e acompanhamento das explicações que serão apresentadas neste subcapítulo, este está disponível na internet através do link a seguir:

- [https://youtu.be/5SjVydFw\\_yQ](https://youtu.be/5SjVydFw_yQ)

Tendo isto em consideração, este subcapítulo irá apresentar todo o conceito envolvido na realização do projeto, desconstruindo o processo criativo e apresentando a interpretação pretendida. A primeira parte abordada será dos elementos visuais que constituem toda a

integridade do vídeo. A seguir, o tema em questão será da narrativa juntamente com as técnicas visuais utilizadas para a obtenção da percepção correta, onde serão justificados detalhadamente.

#### 4.2.1. ELEMENTOS VISUAIS

Como o público-alvo deste projeto é a sociedade que interage com o meio digital, os consumidores que lidam com o ambiente saturado de mídia criativa, o plano de abordagem visual possui o objetivo de captar a atenção destes espectadores que estão com cada vez menos atenção disponível. Entretanto, a seleção que estes indivíduos realizam sobre o conteúdo disponível é baseada no gosto pessoal. Como o objetivo deste trabalho é atrair um público mais abrangente possível, é preciso evitar este tipo de julgamento baseado em aspectos individuais e focar num sistema que atinja as percepções de todos de maneira semelhante. Portanto, a solução proposta é de um estilo mais minimalista, pois, limitando os elementos visuais aos mais simples possíveis, é mais garantido de se conseguir manipular os elementos para se adequarem às concepções gerais.

Desta forma, esta parte irá tratar dos elementos visuais expostos ao longo da animação. Estes pontos postos para serem examinados são: a tipografia aplicada, as cores aplicadas e o logótipo do título.

##### 4.2.1.1. TIPOGRAFIA APLICADA

Por ser um vídeo quase exclusivamente tipográfico, a tipografia escolhida é de extrema relevância para o funcionamento do projeto. Essas opções foram definidas com o intuito de melhor transmitir a mensagem da narrativa, tanto individualmente quanto relacionadas no contexto. Devido à necessidade acrescida de ser um tipo de letra capaz de ser compreendido na velocidade das sequências de palavras, as suas legibilidades também foram averiguadas para garantir que estariam adequadas para a situação. Os dois tipos em questão são a Helvetica e a Baskerville.

A primeira escolha que se apresenta no vídeo é a Helvetica (Fig. 19). Esta possui o papel de personagem principal da narrativa. Para esta função, foi decidido que seria necessário um tipo de letra sem serifas para permitir uma visualização e compreensão mais rápida e acessível conforme a velocidade do texto exigia. Por conseguinte, optou-se por utilizar aquele que fosse

mais facilmente reconhecido dentro destes parâmetros, e a Helvetica se destacou como um dos mais utilizados em criações visuais. Com um design moderno e simples, ela é ideal para representar o significado da estética definida.

A introdução de uma nova sequência de palavras para interagir com a inicial causa uma dualidade na perspectiva que é apresentada até o momento. Esta aquisição tem a pretensão de criar um contraste com a original, como forma de demonstrar não só uma nova personagem, mas também um diferente ponto de vista. Para isto, foi preciso um tipo de letra com serifas que representasse estas mesmas interpretações em comparação com a Helvetica. A Baskerville (Fig. 20), por também esboçar uma certa popularidade, ser de boa legibilidade e estar de acordo com a estética definida, foi a melhor solução encontrada para completar este contexto.

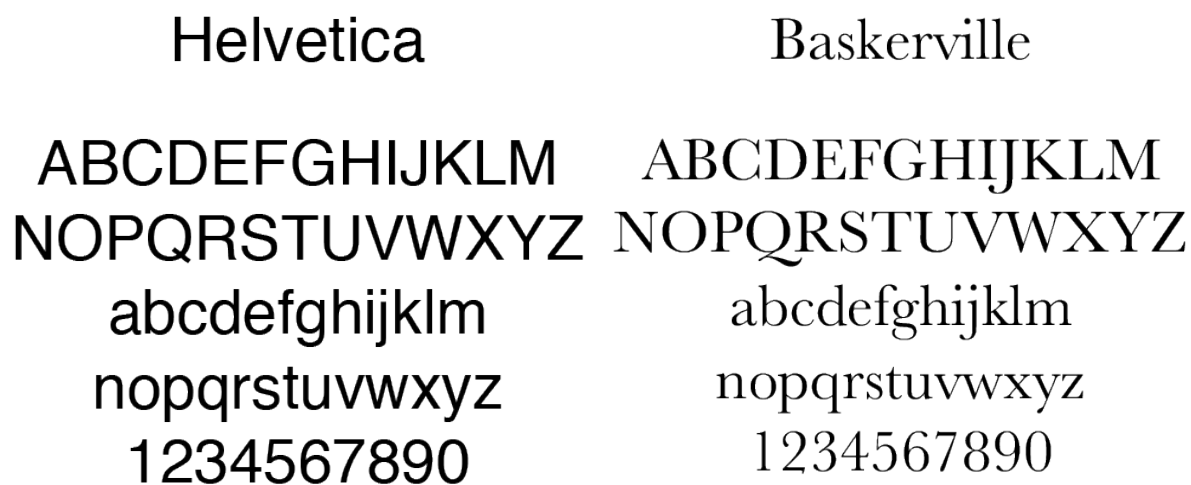


Fig. 19 – Demonstração do tipo de letra Helvetica  
Fonte: Autor

Fig. 20 – Demonstração do tipo de letra Baskerville  
Fonte: Autor

#### 4.2.1.2. CORES APLICADAS

Como existe um número reduzido de elementos visuais aplicados ao vídeo, aqueles que estão presentes são essenciais para a concretização do conceito final, pois recebem logo mais destaque. As cores aplicadas possuem a função de complementar as ideias transmitidas pela narrativa, reforçando o conceito de diferentes perspectivas na composição. Os significados delas não serão necessariamente explícitos, pois não são o foco das cenas na maior parte das ocasiões, porém, estas



representam um significado intrínseco, que, com uma ajuda de interpretação por parte da própria animação, intensificam as funções das personagens e do ambiente. Portanto, as cores seleccionadas para utilização são as seguinte:

- Azul escuro: #023058 / rgb(2,48,88)
- Vermelho: #d96b62 / rgb(217,107,98)
- Bege: #fcf2e4 / rgb(252,242,228)
- Cinzento escuro: #151515 / rgb(21,21,21)
- Preto: #000000 / rgb(0,0,0)
- Branco: #ffffff / rgb(255,255,255)

Começando pela cor inicial da personagem principal, que também é a cor do título, o azul escuro procura transmitir um efeito de distante, retratando a característica impessoal do início do vídeo. Esta cor pode ser remetida à razão, sendo uma cor da intelectualidade, assim sendo ideal para apresentar o conteúdo inicial, expor a mensagem final e gerar contraste com os reais resultados das cenas (Heller, 2014).

Para a cor inicial da segunda personagem, o vermelho foi escolhido pela sua relação de contraste com o azul, enfatizando a situação de uma perspectiva diferente. Este foi utilizado num tom mais pastel e suave para não causar tanto impacto, estar adequado à intenção inicial do texto e combinar com o sistema de cores. O vermelho também está relacionado com as emoções, onde o seu simbolismo evoca sentimentos como amor e ódio, provando ser o oposto ideal para o conceito do azul (Heller, 2014).

O bege foi escolhido para o fundo por não se destacar tanto na composição em relação as outras cores de personagens e por se adequar à paleta de cores. Este foi seleccionado para ser semelhante a um fundo branco, mas, por ser um castanho mais claro, também transmitir uma sensação de aconchego durante a leitura, por ser uma tonalidade mais quente (Heller, 2014).

O cinzento escuro foi definido para transmitir uma semelhança a um fundo preto, mas de forma a manter um contraste com as barras cinematográficas. Esta é uma cor sombria, da adversidade, remetendo à tristeza e à ansiedade, com um carácter insensível e cruel que é o sentimento da cena em que aparece pela primeira vez (Heller, 2014).

O preto foi utilizado nas barras cinematográficas de formato do vídeo. Ele representa o fim, portanto também o fim da área de visão, que em si indica novas possibilidades e continuação quando as barras são retiradas. Este também foi utilizado no início para simbolizar o nada e criar impacto com a aparição da animação (Heller, 2014).

O branco é apresentado como cor da personagem quando as outras cores são alteradas e como fundo na repetição do vídeo. Esta ideia é possuir um significado de vazio, onde a ausência de sentimentos caracteriza a emoção da situação. A combinação do branco com o preto, ou neste caso o cinzento escuro, são preferidas por designers, pois, com qualidades de ‘não cores’, estas não desviam a atenção e transmitem simplicidade e minimalismo, o que é ideal para este projeto (Heller, 2014).



Fig. 21 – Paleta de cores do projeto

Fonte: Autor

#### 4.2.1.3. LOGÓTIPO DO TÍTULO

O facto de a animação possuir um título define imediatamente uma identidade para o projeto. Desta forma, com a elaboração de algum detalhe visual que possa ser adicionado à imagem deste título, esta identidade adquirida passa a ser característica apenas desta criação. Portanto, o desenvolvimento de um logótipo próprio é indicado para esta situação.

Para isto, a tipografia base utilizada foi a Helvetica, por ser a principal do trabalho e possibilitando, assim, uma conexão semântica entre os textos e o título na continuação de acontecimentos. Entretanto, como detalhe característico escolhido foi realizada uma adaptação do ‘G’ da palavra ‘AGAIN’, para se assemelhar a uma seta indicando recomeço. Este simbolismo tem o objetivo de retratar a ideia de repetição do vídeo, do suposto ‘*loop*’, mas é também capaz de expressar a possibilidade de novas visões sob diferentes perspectivas, que é a mensagem final.



Fig. 22 – Logótipo do título

Fonte: Autor

#### 4.2.2. NARRATIVA E TÉCNICAS VISUAIS

De modo a executar o projeto, foi necessária a utilização de um programa dedicado à edição de vídeos e animação, prezando principalmente pela qualidade do resultado final. O programa em questão foi o *Adobe After Effects*, devido a uma maior experiência com o programa por parte do criador e por ser mais indicado para este tipo de tarefas. A próxima etapa consiste em adaptar todo o visual desenvolvido para vídeo, corrigindo os aspectos que forem necessários.

Um detalhe fulcral para o sucesso desta proposta é a boa leitura das sequências de palavras. Consequentemente, para que o projeto seja compreendido na sua integridade, é preciso que os tempos entre as alterações das mesmas sejam levados em consideração. Outra parte da ideia original é implementar uma ligeira aceleração nestas alterações quando os espectadores estiverem acostumados com o sistema das sequências e a com situação, de modo a obrigar um foco maior de atenção no centro das alterações. Algumas palavras que necessitavam de mais dramatização ou terem o seu sentido realçado tiveram os seus tempos de exposição especificamente estendidos. Como as velocidades de leitura e assimilação são diferentes entre as pessoas, os tempos foram submetidos a variações constantes até atingirem a leitura desejada com o impacto devido. Para facilitar estes testes, foi desenvolvida uma expressão para a animação das sequências. Esta tinha a função de apresentar as palavras de uma frase por ordem, apagando as anteriores e deixando apenas uma visível. Com o intuito de posicionar todas estas palavras no mesmo ponto sem que seja necessário animar a posição constantemente, ou seja, deixar o sistema mais automático, cada palavra das frases precisa ser posta em linhas diferentes e a seguir definir o espaço entre linhas, o

‘leading’, para 0, permitindo, assim, que as animações continuem normalmente e com a localização correta.

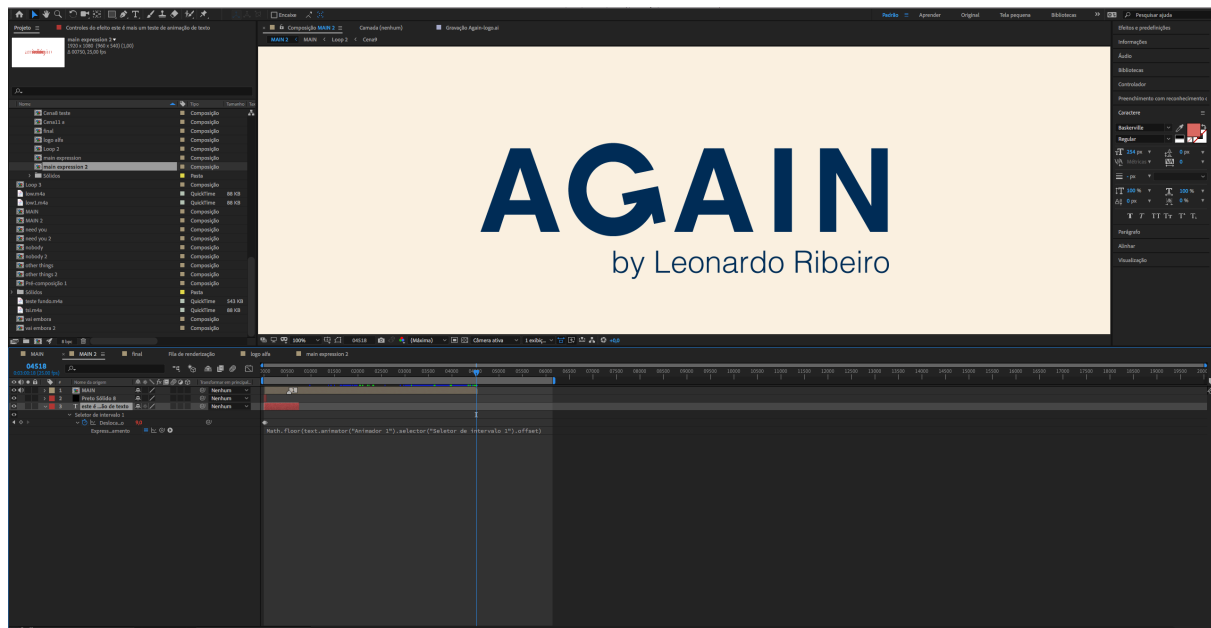


Fig. 23 – Interface do *After Effects*

Fonte: Autor

O projeto tem a proposta de ser funcional com praticamente todas as pessoas, tanto que este aspecto foi tido em conta quando o estilo para a criação dos elementos visuais foi adotado. Logo, para atingir um público tão abrangente e considerando o facto de o vídeo ser praticamente todo à base de tipografia, o idioma escolhido deve ser o mais universal possível. Deste modo, o Inglês foi escolhido para o desenvolvimento dos textos no vídeo.

O vídeo se inicia com uma tela preta para criar suspense e provocar um maior impacto com o surgir da primeira cena. Esta começa por apresentar de repente a palavra ‘*attention*’, fazendo um apelo à atenção dos espectadores, para simular um aviso e deixar as pessoas em alerta. Esta palavra, para além de referenciar o tema, também é pensada como uma ponte para uma futura repetição ao longo do vídeo. Também ocorre o contraste repentino da tela preta para o fundo bege e o início de sons, para despertar e intensificar as mesmas sensações anteriores. O áudio aplicado representa o som de fundo numa sala em silêncio, que não é realmente quieta, onde supostamente uma pessoa

estaria a contemplar média visual. Conteúdo este que é evidenciado como digital pelo outro efeito sonoro incluído, o do som de uma tecla de teclado de computador, indicando o tipo de público a que este trabalho é destinado, que facilmente reconheceria este tipo de som, e também expondo uma reflexão da própria pessoa que estaria a ver algo na internet.

Após a nota de atenção se manter durante alguns momentos, começa uma sequência de palavras no seu lugar. Esta sucessão promove a primeira subversão de expectativa, onde o espectador pode acreditar que aquilo é apenas uma chamada de alerta, mas também possui uma continuação para um texto que é menos tenso do que a primeira palavra deixa por perceber. Entretanto, o estado de atenção provocado permite que estes observadores acompanhem mais facilmente a sequência que se sucede. A velocidade de leitura aumenta ligeiramente ao longo desta cena, para que se crie um efeito de *'tunnel vision'* forçado, já que o foco se intensifica no ponto de alteração de palavras. Este conteúdo transmite uma sensação impessoal, como apenas um texto informativo, apresentando uma mensagem sobre o tema deste trabalho. Mencionando aspectos como a falta de atenção atual e o controle das perspectivas por parte dos criadores, é exposta desde já a situação deste projeto sem os observadores notarem, onde os próprios estão na mesma situação no momento em que estiverem a ver o vídeo. O efeito sonoro das teclas se mantém presente a cada palavra, para induzir uma relação a estas estarem a ser escritas e conferir uma sensação de ritmo para ajudar a leitura.



Fig. 24 – Cena inicial

Fonte: Autor

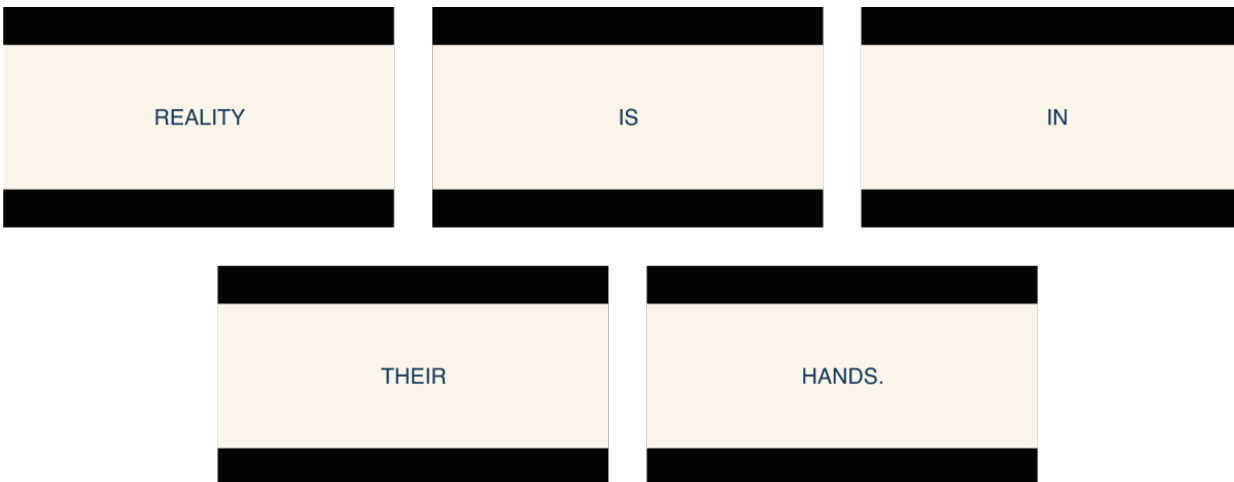


Fig. 25 – Sequência da primeira cena

Fonte: Autor

O texto desta cena é interrompido pela introdução de uma nova sequência de palavras durante a animação da primeira, promovendo uma certa surpresa diante do inesperado. Este novo ponto de informação disruptivo causa distração e possui a intenção de provar para o próprio espectador que a atenção dele estava presa numa posição específica. Não será possível acompanhar as duas sequências simultaneamente, devido ao limite cognitivo das pessoas, e esta situação é intencionalmente desenvolvida com o propósito de demonstrar isto. Esta nova sequência possui o seu próprio efeito sonoro que ajuda a reforçar a sua presença. Seguindo o mesmo padrão do efeito principal, este remete ao digital por ser semelhante ao som realizado quando um botão de rato de computador é pressionado. A localização do som também é definida ligeiramente para a direita, para induzir a cognição a associar a posição do conteúdo e consolidar a relação destes parâmetros.

A informação disposta nesta linha de texto inédita se apresenta a interagir com a sequência original. Esta interação, como evidenciado pela mensagem transmitida, transforma a concepção, formada pelos observadores, de um texto impessoal existente numa personagem. Esta mudança permite uma alteração em retrospectiva da opinião criada sobre as informações que passaram, onde a partir deste momento, o que antes eram apenas linhas de conteúdo sobre um tema e sem relações definidas, agora se tornaram comentários supostamente realizados por alguém com personalidade exposta, criando uma mudança na concepção dos textos para falas. As, agora, duas personagens começam a debater, obrigando a atenção a saltar de um foco para outro para acompanhar a situação, testando a capacidade perceptiva deste momento. Os textos desta parte foram

desenvolvidos de modo a que se alguma informação não for percebida a tempo, pelo contexto e associação, os espectadores são capazes de compreender os acontecimentos. A inferência de emoções no roteiro destas personagens para esta cena permite uma interpretação específica da relação disposta. As interrupções e as letras maiúsculas, juntamente com a narrativa, exibem um contexto mais exaltado, que primeiramente é demonstrado apenas pela sequência inicial, e a seguir também pela nova ao mudar de posição e dando início à próxima cena.



Fig. 26 – Início da segunda cena

Fonte: Autor



Fig. 27 – Representação da segunda personagem

Fonte: Autor

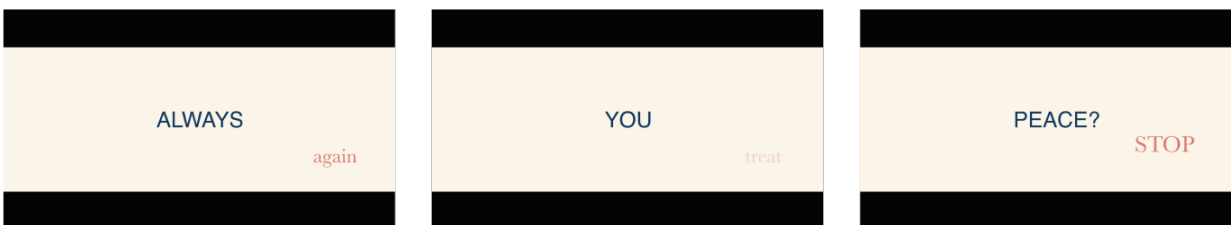


Fig. 28 – Demonstração da segunda cena

Fonte: Autor

Esta nova cena começa com as duas personagens dispostas lado a lado e a trocar mais rapidamente as palavras da sequência. Como é suposto representar uma discussão, a ideia para transformar este problema numa solução visual teve como foco a quantidade de informação que é desperdiçada neste tipo de situações. Portanto, a técnica utilizada foi baseada no conceito de explorar e provar o limite das capacidades cognitivas humanas. Para atingir este objetivo foram inseridas em crescimento mais sequências de palavras, até tomar praticamente toda a área do quadro, com o intuito de retratar a confusão. Todas as linhas de texto possuem significado e foram estruturadas para funcionarem no contexto e podem ser lidas individualmente. Contudo, pretende-se, com a quantidade de informação imposta, sobrecarregar a percepção e gerar confusão nos observadores, por serem incapazes de acompanhar todo o conteúdo propositadamente complicado e por destoar da forma até agora utilizada de um ponto fixo de atenção. O áudio desta parte foi criado especificamente com a intenção de amplificar a sensação apresentada pelo visual. Foram feitas duas gravações independentes de teclados a serem utilizados de maneira intensa e depois dispostas uma de cada lado da composição, para serem ouvidas como duas frentes independentes e contrastantes.



Fig. 29 – Início da cena da discussão

Fonte: Autor





Fig. 30 – Demonstração da cena da discussão

Fonte: Autor

Esta confusão chega a um fim quando a personagem principal, que possui características mais racionais, evidenciadas pela cor e pelo contexto, apresenta um comentário basicamente fundado em questões emocionais. Este momento é intencionalmente enfatizado com um sobressair de crescimento da linha de texto desta crítica, pelo efeito sonoro que é acrescido ao barulho da confusão e pelo desaparecimento das restantes sequências de palavras. O foco desta situação é contradizer a expectativa induzida de racionalidade da personagem.

Com isto, para início da próxima cena, a outra personagem reage a esta fala, como se estivesse irritada com a constatação. A dimensão desta segunda personagem é aumentada e esticada, a sua posição é errática durante alguns instantes e o seu som se torna ligeiramente mais alto para intensificar a sensação de descontentamento. Para mostrar que a fala da personagem principal reganha consciência sobre a situação e percebe que a ação não foi correta, a sua imagem desaparece com um diminuir de opacidade, como num entendimento mais retraído dos acontecimentos. A segunda personagem continua com a sua dimensão alterada para manter a intensidade do texto e a principal volta a aparecer, mas apenas com palavras esporádicas, como se não fosse capaz de interromper a outra.

A secundária menciona que vai embora e começa a se distanciar do enquadramento, supostamente para longe da inicial, sugerindo uma ideia de espaço. A intensificação desta proposta é apresentada pela perda de foco da personagem que se afasta do plano original do quadro e pela posição e volume do efeito sonoro que a acompanha. Este desenvolvimento está encarregado de divergir da noção construída de fundo bidimensional. O fundo foi mantido propositadamente ambíguo para esta situação, pois assim ficava construída a ideia de supostamente um fundo plano, pois não foi dedicada muita importância a ele durante o filme, formando uma associação com estes parâmetros. Esta nova dimensão introduzida cria uma localização para os acontecimentos, demonstrando que, aos poucos, o vídeo desvenda mais detalhes sobre as cenas, apresentando novos pontos de vista e desfazendo noções anteriores.

Após este distanciamento, o enquadramento muda de posição para dinamizar e destacar a presença do espaço tridimensional. As sequências sofrem alterações para indicar ainda mais a ideia de profundidade, como o foco num plano e o outro fora, a adição de sombras às palavras e o movimento que evidencia paralaxe, simulando uma perspectiva. Com esta nova disposição, surgem novas possibilidades para a questão de concentração. Através da manipulação de um efeito que cria distância também se torna possível o controle da atenção, que é o caso do foco das palavras. Com a alteração deste aspecto, é possível determinar qual sequência que é para ser lida, mas ainda mantendo a outra dentro da zona possível de observação.

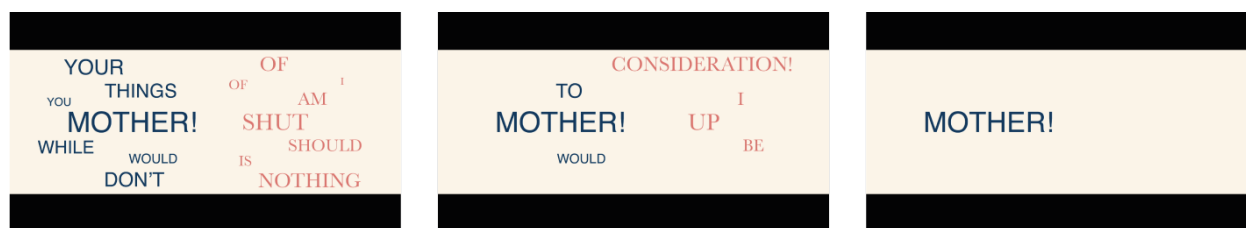


Fig. 31 – Representação do fim da discussão

Fonte: Autor



Fig. 32 – Reação da personagem secundária

Fonte: Autor



Fig. 33 – Representação da mudança de planos das personagens

Fonte: Autor

A mudança de ambiente define o início da próxima cena. Após a personagem secundária se afastar ainda numa sequência contínua e rápida de palavras, ela desaparece ao som de uma porta a bater. Como esta situação muda o sentimento do momento, alguns detalhes visuais são aplicados para reforçar esta mudança. O aspecto mais marcante é a alteração de cor do ambiente ao efeito sonoro da porta. Como se a luz tivesse simplesmente acabado, o fundo passa do bege para o cinzento escuro, remetendo ao preto, para causar uma dualidade com o branco agora da personagem principal. Esta combinação, para além de seguir o contexto de contraste, transmite uma sensação de vazio e solidão, onde o espaço agora é sombrio e deixa as emoções num estado mais negativo. Esta dramatização também é marcada pelo fim do áudio de fundo, apresentando o real silêncio possível e reforçando o conceito de isolamento.

Ainda sem qualquer som, para maior impacto do acontecimento, a personagem principal volta ao foco e o enquadramento volta a uma posição semelhante à original. Durante este movimento, a personagem treme em seu lugar com um acumular de tensão visual, com o pensamento de também passar uma irritação acumulada, que é libertado com a sequência. Esta parte serve para criar expectativa sobre a continuação durante a transição.

A personagem prossegue por iniciar uma introspecção exclamada sobre o que acabou de acontecer. Ao longo deste momento, esta começa a ir de um lado a outro da composição, como que para simular as ações de uma pessoa, que anda no espaço a desabafar com esta intensidade exposta. À medida que as palavras trocam de posição, o efeito sonoro acompanha, consolidando a ligação dos dois e permitindo uma melhor compreensão do movimento da cena e da leitura dos acontecimentos. Esta deslocação também faz parte do conceito de direcionar a atenção. Para

perceber o texto, os observadores precisam seguir a posição das palavras, deste modo, é possível determinar com certeza a localização de foco destes. Em determinado ponto da cena, quando a palavra volta ao centro, antes de continuar para o outro lado da composição, a sequência de palavras desvanece e uma continuação aparece por cima. A intenção desta solução é replicar visualmente uma pessoa perdida em pensamentos que acaba por interromper as próprias conclusões como resultado de um bravejar emocional.



Fig. 34 – Reposicionamento da personagem principal

Fonte: Autor



Fig. 35 – Movimentação da personagem principal

Fonte: Autor

Sabendo que a atenção do espectador neste momento do vídeo está na parte esquerda do enquadramento, a sequência de palavras da próxima cena começa nesta posição, para promover continuidade da concentração e possibilitar ainda uma boa compreensão. Esta próxima frase é disposta normalmente, com as palavras em linha, para viabilizar uma técnica perceptiva. Tal

técnica consiste em possibilitar diferentes leituras do mesmo texto, apenas com alterações gráficas. Com a frase *'It's not like I need you'* permanecendo algum tempo na composição, a parte *'It's not like'* perde o foco gradualmente, permitindo também uma leitura apenas do resto da informação. Este desenvolvimento apresenta a mensagem de que a personagem tenta demonstrar um estado falso de falta de sentimentos, onde na realidade a emoção ainda está presente, apelando ao lado sensível da narrativa. Pelo seu aspecto visual, esta secção também permite a percepção técnica de que a elaboração gráfica de hierarquias visuais possibilitam interpretações variadas, dependendo de como forem estruturadas pelo criador ou aquele que deseja transmitir uma mensagem. Esta é uma subtil representação do contexto de manipulação de perspectiva.



Fig. 36 – Sequência da frase com diferentes interpretações

Fonte: Autor

A próxima cena volta à sequência de palavras num ponto único no centro da tela. Esta procura continuar a representar o mesmo conceito da mensagem de emoções falsas, porém, a personagem desta vez tenta confrontar a técnica visual, como se tivesse uma consciência maior, sabendo das alterações que estão a ser realizadas fora da sua vontade. O desenvolvimento do texto acaba na palavra *'hate'*, que é imediatamente alterada por *'love'* numa animação de eixo, mostrando que o segundo sentimento está sempre presente, não importando a situação. Este caso

apresenta outra vez a ideia de como uma mudança de perspectiva pode alterar o significado de uma compreensão ou como apresentação de mais informações pode mudar a concepção dos acontecimentos. Contudo, a personagem tenta refutar esta troca como se estivesse ciente das manipulações feitas, tentando concluir da maneira que ela gostaria, com a palavra ‘*hate*’, mas que é mais uma vez rapidamente substituída, intensificando a emoção da cena.



Fig. 37 – Sequência de troca entre *HATE* e *LOVE*

Fonte: Autor

Demonstrando frustração, a personagem nesta próxima cena acentua a proposta de estar ciente da construção do vídeo, para gerar surpresa, pela questão de que supostamente ela era apenas retratada na narrativa, e para remeter à necessidade de consciencialização do que está a ser criado no ambiente do observador. Ela atinge este objetivo ao tentar comunicar com o próprio efeito sonoro. Este que vinha a ser estabelecido como um detalhe intrínseco da personagem, passa a ser independente. A personagem se dirige diretamente ao som, pedindo para ficar sozinha, como se este fosse a única coisa restante para a deixar isolada, ao que este ‘responde’, realizando apenas um barulho individual. As palavras seguintes também aparecem sem o efeito para acompanhar, concluindo a ideia, e o áudio se repete algumas vezes, com o volume a diminuir, como se estivesse a ir embora também, contexto este que é provado através do som da porta e o fim dos efeitos.



Fig. 38 – Representação da interação com o som

Fonte: Autor

A última cena desta parte indica uma ideia de tristeza, onde a personagem principal, já não acompanhada pelo som característico, aparece ligeiramente menor e questionando os acontecimentos, mas estes pontos não seguem apenas este conceito. O tamanho também possui a intenção de ser mais semelhante ao tamanho inicial do vídeo e a narrativa sugere um pensamento sobre toda a situação, ambos criando uma forma de conexão com a repetição do filme. Este texto termina com a falta de uma palavra, que é completa pela inicial do começo da história, possibilitando assim uma continuidade de contexto.

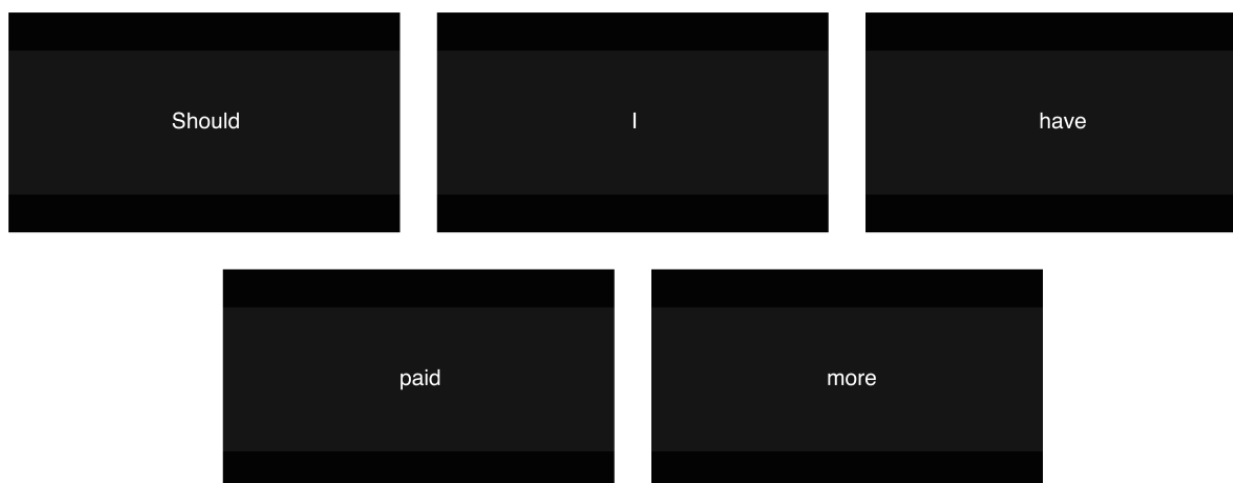


Fig. 39 – Representação do final da primeira parte

Fonte: Autor

Completando a frase anterior, a palavra inicial do vídeo inicia uma repetição do mesmo. Não obstante, esta repetição começa diferente, pois o texto é o mesmo da parte original, mas a

estética é alterada. Durante esta segunda parte, praticamente todos os aspectos contrastantes da história trocam de função, ou seja, a personagem principal desta é a secundária da primeira parte, e vice-versa. Novamente com o início do vídeo é introduzido o áudio de fundo e o efeito sonoro respectivo da, agora, personagem principal, para afirmar a compreensão do ‘*loop*’ do filme. Esta estética tem a proposta de reforçar a atração da atenção do observador, já que são surpreendidos com um novo grafismo de algo que havia sido estabelecido, e também incitar curiosidade sobre a mudança, por levantar a questão de se algo na narrativa também terá sido alterado. Entretanto, esta troca de funções possui especialmente a ideia de retratar uma nova perspectiva sobre a história, possibilitando uma visão quase inédita do ponto de vista de outra personagem e dando sentido ao texto final da primeira parte. A razão principal para a aplicação desta repetição é consolidar as concepções sobre a sequência de acontecimentos, transformando a própria estrutura do vídeo numa subversão de expectativas. Desta forma, os espectadores verão aquilo que esperam, podendo observar ainda mais detalhes, fixando uma ordem e aumentando o impacto da terceira parte.



Fig. 40 – Representação da primeira cena – segunda parte

Fonte: Autor





Fig. 41 – Representação da segunda cena – segunda parte

Fonte: Autor



Fig. 42 – Representação da cena da discussão – segunda parte

Fonte: Autor

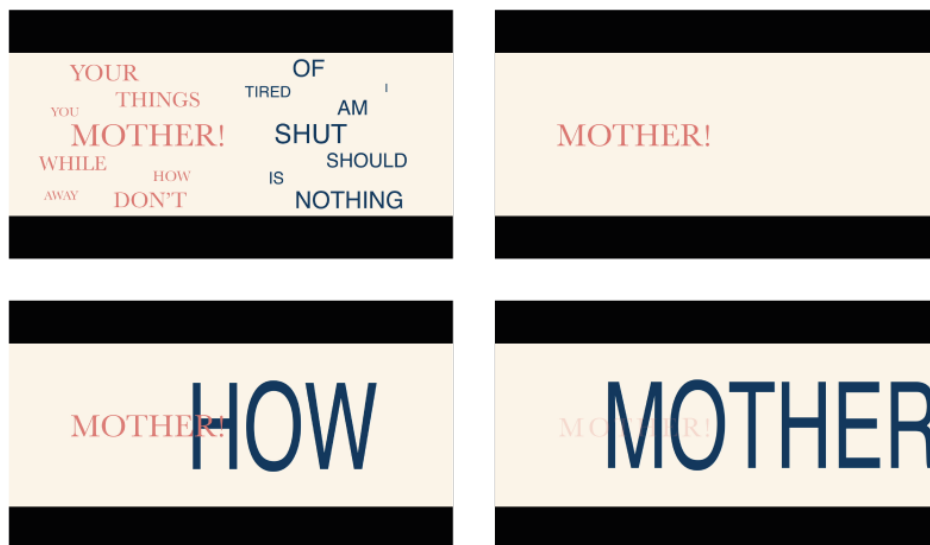


Fig. 43 – Representação do fim da discussão e reação – segunda parte

Fonte: Autor

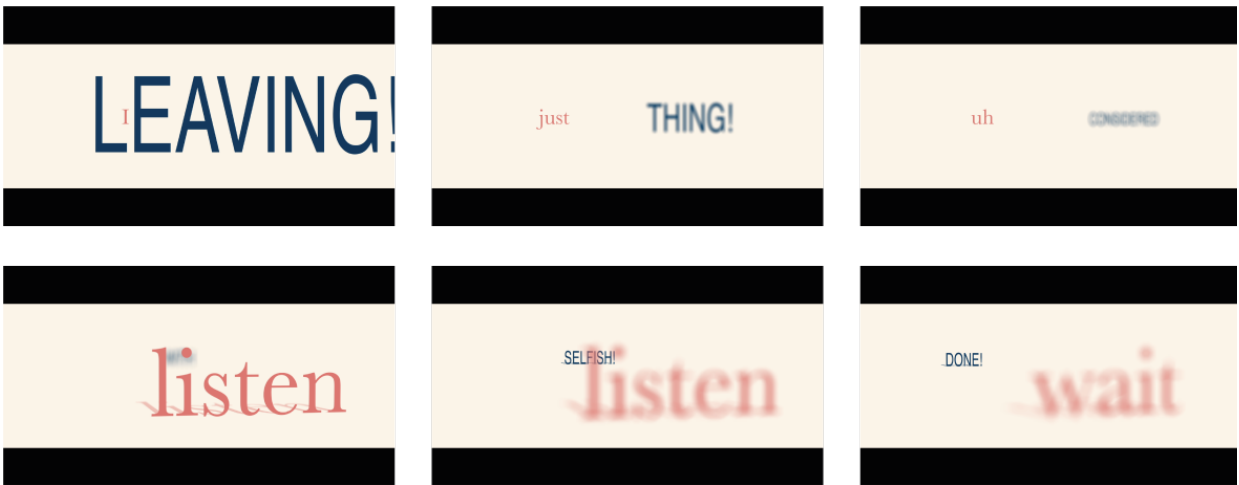


Fig. 44 – Demonstração da mudança de planos das personagens – segunda parte

Fonte: Autor



Fig. 45 – Reposicionamento da personagem – segunda parte

Fonte: Autor

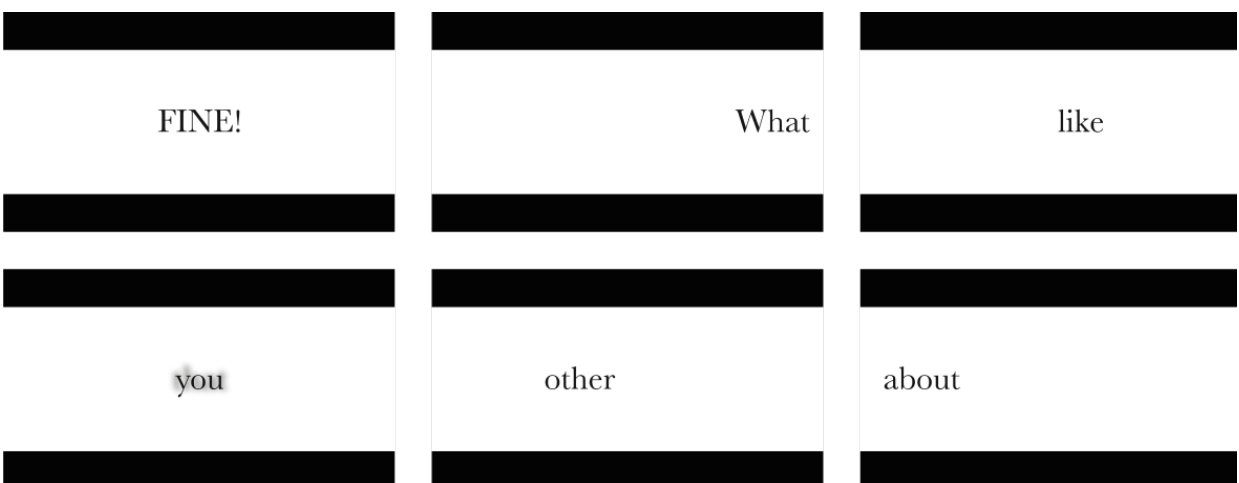


Fig. 46 – Movimentação da personagem – segunda parte

Fonte: Autor

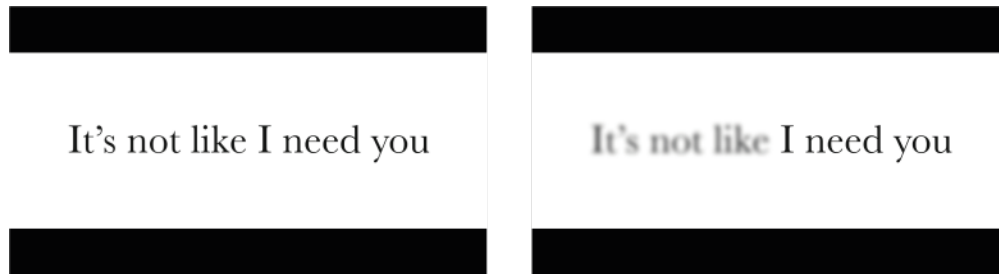


Fig. 47 – Frase com diferentes interpretações – segunda parte

Fonte: Autor



Fig. 48 – Transição entre *HATE* e *LOVE* – segunda parte

Fonte: Autor

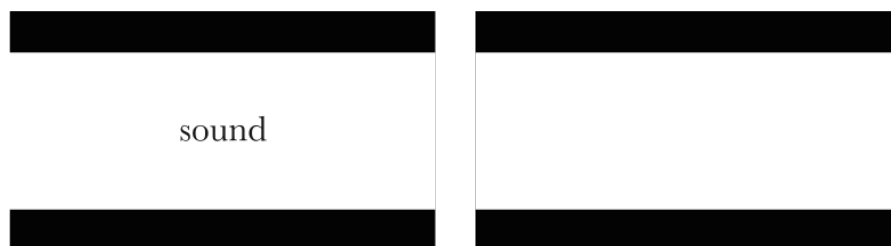


Fig. 49 – Interação com o som – segunda parte

Fonte: Autor



Fig. 50 – Final da segunda parte

Fonte: Autor

A terceira parte se inicia com a primeira palavra da sequência do vídeo, com a estética original outra vez, inclusive com áudio de fundo e efeito sonoro, incitando os observadores a acreditarem que será apenas mais uma repetição. No entanto, esta noção é logo desfeita com a introdução de um novo texto em seguida, apresentando a situação como controlada na sua totalidade. Esta nova informação, que define o conceito desta nova parte, e tecnicamente de todo o projeto, procura transmitir uma mensagem mais contundente a quem estiver a ver. Neste primeiro texto é ‘quebrada a quarta parede’, onde o criador do vídeo se dirige diretamente aos espectadores, explicando que a história criada era apenas para testar a manipulação da atenção destes, onde apenas o facto de verem o vídeo e terem chegado a este ponto significa que o objetivo foi concluído. A narrativa serviu para distrair do real contexto da situação, mesmo com a verdadeira intenção sendo exposta no início das duas partes anteriores. As pessoas mantinham o foco no que era exposto e não interpretavam o significado das mensagens, simplesmente aceitando as informações à medida que eram exibidas. O texto foi abrandado moderadamente, para que a mensagem pudesse ser lida com mais facilidade e garantir a compreensão, mas ainda mantendo o dinamismo da estrutura.

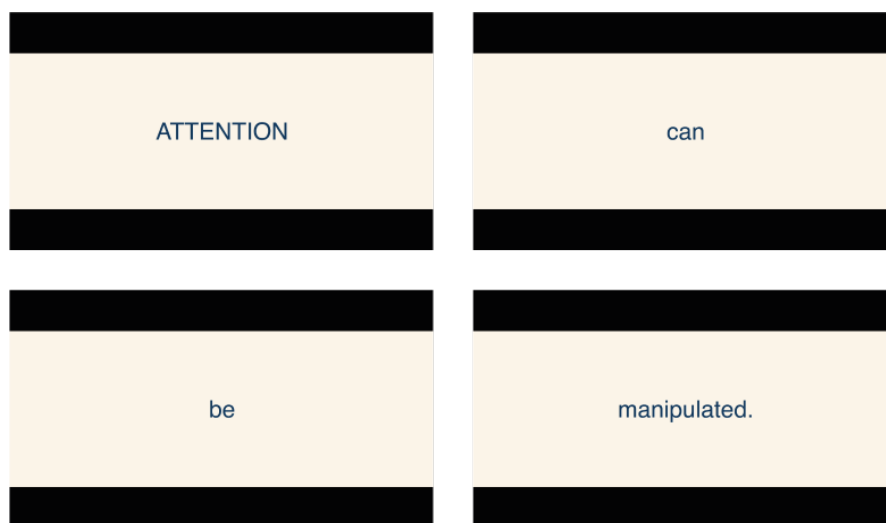


Fig. 51 – Representação do início da terceira parte

Fonte: Autor

A próxima cena desvenda a noção de foco extremo e falta de perspectiva dos espectadores através da exposição de um elemento visual que ainda não havia sido mencionado: as barras

cinematográficas. Estes detalhes, que são comuns a alguns filmes, devido ao formato que foram desenvolvidos, estão sempre presentes desde o início do projeto e foram mantidos ao longo de todas as partes e repetições. Estes são os elementos que conectam o trabalho, mas as pessoas não veem. Contudo, não o fazem pois foram induzidas a tal, porque enquanto estavam a ver aquilo que estava bem à frente delas, perdiam outras oportunidades de percepção. Da mesma forma como as partes anteriores mencionaram sentimentos existentes, mas que estavam a ser ignorados, e bastava mudar a perspectiva para serem vistos, acontece o mesmo com estes detalhes. Portanto, este texto informa sobre o quanto mais atenção específica for dedicada a uma criação visual, menos está disponível para outros pontos de vista. Para a ênfase da segunda secção desta mensagem, as barras saem de plano, juntamente com a primeira secção, num movimento de enquadramento no espaço tridimensional, apresentando, em grande, o resto da mensagem. Esta retirada tem o objetivo de causar tanto impacto quanto a alteração do vídeo na terceira parte, talvez até mais, pois eram elementos que não haviam sido considerados, e este pensamento prova o conceito que está a ser passado. Este momento também representa a abertura para novas possibilidades e visões. Além disto, é introduzido um novo aspecto. Já que não existem mais personagens contrastantes, o efeito sonoro da personagem secundária original agora é utilizado para evidenciar as animações de mudanças de aspectos e percepções, reforçando a qualidade de manipulação da criação.

A seguir a esta apresentação, outra sequência da palavras é introduzida no centro do quadro, agora mais extenso, para concluir o conteúdo da mensagem. Este texto trata sobre como não se trata de criar expectativas para o que está por acontecer, como foi induzido durante o projeto, mas sim, interpretar aquilo que é disposto, questionando a intenção do que é produzido.



Fig. 52 – Sequência das barras cinematográficas

Fonte: Autor

A próxima cena segue a ideia de dissipar os conceitos desenvolvidos, onde é apresentado que, afinal, nada era real, mas apenas uma criação expressa de um ponto de vista forçado. A primeira frase aparece normalmente no centro do quadro e o alinhamento da a seguir é determinado pela posição da palavra ‘*real*’. Em seguida, um resto de parágrafo surge no mesmo alinhamento, de modo a salientar o conceito de que a maneira como tudo foi visto depende da forma que o criador projetou. A palavra que determina esta posição é comum à duas frases, onde foi realizada uma animação desta a ‘*cair*’ de uma para a outra e da primeira frase a desvanecer, representando a desconstrução da realidade. O parágrafo formado é mantido durante algum tempo para que a mensagem seja mais destacada.



Fig. 53 – Sequência sobre a realidade

Fonte: Autor

A seguir são expostas três frases de atenção. Estas são apresentadas com o intuito de alertar os espectadores a estarem mais conscientes da atenção que disponibilizam para os conteúdos e não serem tão alienados quanto a média incentiva. Para isto, a expressão ‘*don't*’ permanece em cena, na mesma localização, enquanto o resto da frase é alterado. Este conceito se baseia na proposta de não aceitar a primeira perspectiva, sendo esta a última das três mensagens. Deste modo, todas envolvem o mesmo tema, mas propondo precauções específicas contra situações como as que foram demonstradas ao longo do vídeo.

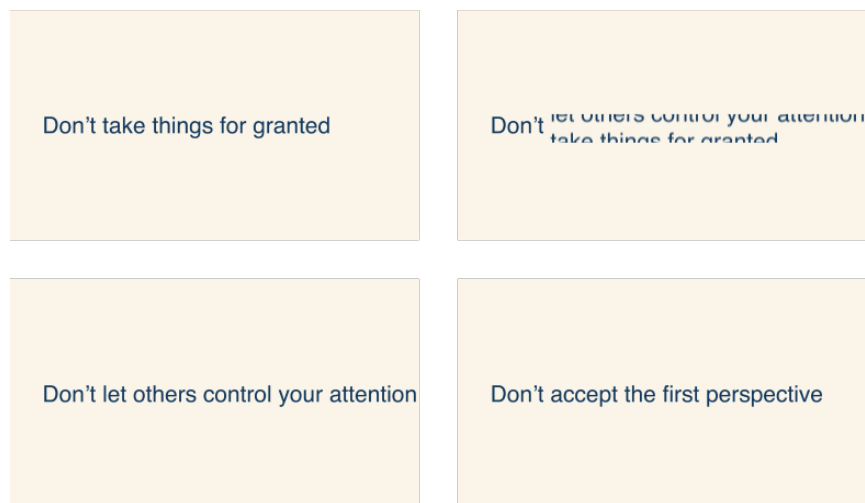


Fig. 54 – Representação da transição de mensagens

Fonte: Autor

A próxima sequência de palavras volta para a posição original no centro do enquadramento. Esta faz um último apelo a interpretação pessoal e cuidado com a intenção daqueles que apresentam as informações. O aviso é comunicado com uma menção ao facto de existir sempre outro ponto de vista, outra perspectiva, só é preciso ter cautela no emprego da atenção e procurar analisar o que é visto. Este ponto é demonstrado com a animação de duas palavras, estando uma ao lado da outra, mas não são vistas, a não ser que a posição de visão seja mudada. Com isto, finalmente, o fim da mensagem é passado pelo título, que é integrado como última palavra do texto concluindo, assim, não só o conteúdo, como também o vídeo. Este é introduzido com uma animação específica, para um efeito mais dramático, e também se mantém durante uns instantes para ser compreendido como parte da informação antes do nome do autor aparecer e dar a característica de título final.

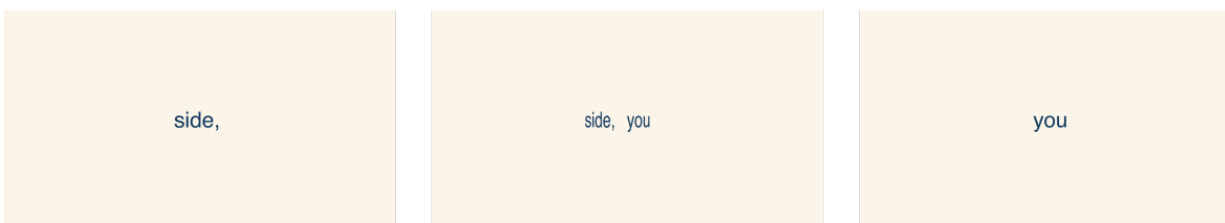


Fig. 55 – Representação da mensagem de mudança de perspectiva

Fonte: Autor

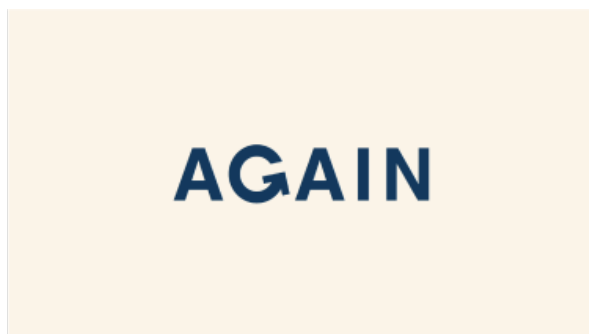


Fig. 56 – Animação para o título final

Fonte: Autor



Fig. 57 – Título final

Fonte: Autor



## **5. VALIDAÇÃO**

### **5.1. MÉTODO DE VALIDAÇÃO**

O projeto concluído promove a realização de diversas técnicas e situações que foram devidamente investigadas, com objetivos específicos de interferir com os processos perceptivos dos observadores. Entretanto, estas questões tratadas são de caráter subjetivo, devido a todas as diferenças sociais e pessoais que definem as personalidades de cada um e influenciam as suas atitudes e modos de pensar e interpretar, ou até mesmo às condições circunstanciais que interferem na visualização. Com isto, é preciso averiguar de alguma forma o funcionamento das práticas aplicadas para pôr à prova os seus efeitos. Assim, é necessário um método de validação que produza pareceres relevantes, que possam ser interpretados a seguir, possibilitando uma visão externa com opiniões e críticas construtivas que promovam a evolução do projeto.

Deste modo, foi desenvolvido um questionário que interroga os espectadores sobre detalhes específicos do projeto e do tema em geral (ver anexo D). Este é aplicado com o intuito de adquirir respostas diretas sobre os pontos que essencialmente necessitam de validações. O meio utilizado para a criação e divulgação deste foi pela internet, já que seria mais rapidamente produzido e propagado, principalmente tendo em consideração as limitações de localização e interação causadas pela pandemia Covid-19. A estrutura do formulário consiste em algumas fases. A primeira explica o projeto, para que os observadores obtenham um contexto mais aprofundado do tema e do desenvolvimento, e também efetua algumas perguntas pessoais, para que possam ser traçados perfis de resposta durante a análise de resultados. A seguir, são expostos ao vídeo, proporcionando uma apreciação já fundamentada. Após assistirem, foi proposta uma terminologia para auxiliar a identificação das suas partes nas respostas. A próxima parte inicia as perguntas, primeiramente a respeito do projeto em concreto. Estas indagações passam por testar a capacidade de acompanhamento do conteúdo, a atenção disposta durante a visualização, a estética aplicada, a narrativa do filme, a mensagem inserida e o resultado final. Por fim, são apresentadas questões relativas ao tema, onde são averiguadas a relevância e a viabilidade deste no espaço social e profissional. Levando em consideração os estudos feitos sobre o tema e como forma de dinamizar as respostas, fazendo com que os inquiridos não percam a atenção ou interesse em responder, as perguntas foram estruturadas como respostas de sim ou não, mas pedindo justificativas para as respostas que não forem de acordo com o resultado esperado. Também foram incluídos pontos

específicos onde as pessoas poderiam deixar opiniões, críticas construtivas ou comentários sobre o trabalho, que pudessem estimular uma melhoria no resultado final.

Este inquérito foi exclusivamente dedicado a profissionais da área criativa e de comunicação. Embora o público-alvo seja mais abrangente, enviando um questionamento direcionado a especialistas deste campo de atuação possibilita uma perspectiva específica sobre o ponto de desenvolvimento de conteúdo, além de também fazerem parte deste coletivo. O projeto tem a intenção de explorar meios e desvendar alternativas de utilização da percepção para a criação de futuras peças visuais no ambiente profissional. Consequentemente, a melhor maneira de provar estas situações é com referências concretas e opiniões diretamente ligadas a esta realidade.

Após o recolhimento de todas as respostas disponíveis, foi realizada uma análise dos resultados. O objetivo principal deste processo é gerar conclusões claras sobre os aspectos bem sucedidos do projeto e sobre os detalhes que ainda podem ser mais desenvolvidos, talvez por iterações ou investigações futuras. Estes resultados são formados através do cruzamento de respostas em busca de padrões nos resultados que possam apontar especificamente os pontos de interesse desta análise.

## 5.2. ANÁLISE DE RESULTADOS

Ao todo, 39 profissionais de diversas áreas criativas assistiram ao vídeo e responderam ao inquérito. Com estas respostas obtidas, é possível definir um perfil dos tipos de resultados. Com este total em questão, é possível fazer uma separação entre 9 categorias gerais, onde os designers são a maioria, com 13 respostas. Os outros tipos de profissionais foram definidos como artistas digitais, criativos, empresários, jornalistas, professores, publicitários, produtores e arquiteto. Muitos destes especialistas atuam em mais do que uma das categorias, porém foram postos em apenas uma para facilitar a análise de dados. A faixa etária das respostas está entre os 22 e os 65 anos. Esta grande diversidade propõe muitas possibilidades de perspectivas dentro do mesmo contexto profissional (resultados na íntegra no anexo F).

A primeira pergunta consiste em saber se teriam dedicado tempo para assistir ao vídeo se o tivessem encontrado por conta própria nos meios digitais, seguida de um pedido de justificativa. Do total, 30 pessoas afirmaram que estariam interessadas em ver o vídeo noutras circunstâncias.

Estas respostas positivas, maioritariamente, se baseiam no ritmo e na curiosidade gerada. Os outros detalhes apontados foram o estilo tipográfico, a manipulação da atenção, os efeitos sonoros e a capacidade de comunicação e impacto com uma quantidade limitada de informação. As outras pessoas, que responderam negativamente, justificam principalmente com falta de interesse, seja no tema ou no vídeo em si. A tentativa de comando da atenção também teve o efeito negativo em dois casos. Deste resultado, é possível concluir que o aspecto dinâmico conjugado com os elementos visuais, neste estilo de design aplicado, gera interesse pela questão da curiosidade do sistema. Embora algumas respostas não terem demonstrado uma ligação com o conteúdo, o facto de a maioria ter sido atraída à primeira vista são resultados satisfatórios para validar criações com este tipo de propostas. Outros aspectos como o tempo necessário e a repetição também influenciaram algumas respostas e justificativas, mas estes serão abordados mais profundamente noutra pergunta.

A seguir, quando questionadas sobre a sequência do vídeo e se haviam conseguido acompanhar bem, apenas 6 dos inquiridos responderam que não. O primeiro motivo para algumas respostas foi por não conseguir ler todas as palavras em alguns trechos. Entretanto, pelas justificativas é possível compreender que as partes referidas são intencionalmente confusas, pois o limite de cognição estava a ser testado. O outro era por afirmar que o vídeo é muito rápido na sua sequência. Embora apenas uma das pessoas tenha mencionado, após uma análise empírica dos resultados, foi chegada a conclusão de que o não conhecimento do idioma também é um fator para a justificativa da velocidade. O facto de não acompanhar bem o filme, principalmente por questões de idioma, compromete o resto da experiência, possibilitando algumas respostas negativas em perguntas seguintes, o que vem a ser o caso. De qualquer forma, uma maioria de 84,6% foi capaz de compreender com sucesso, tornando legítima a continuidade.

A próxima questão prende-se com o conceito de provar os limites da atenção e cognição humana. Após uma breve explicação sobre os pontos específicos que estavam a ser tratados, foi concluído por unanimidade que o efeito é bem-sucedido. Isto prova que as partes deste projeto que aplicam mais informações para sobrecarregar os estímulos sensoriais conseguiram determinar o limite das capacidades humanas nestes parâmetros.

De seguida, efetuou-se uma questão referente à situação da atenção, onde 12 pessoas apontaram ter perdido interesse em alguma parte do projeto. O motivo desta quantidade de

respostas foi principalmente pela repetição das partes. Outros aspectos como a extensão do vídeo e a incapacidade de acompanhamento também foram influências para alguns dos resultados. Como possibilidade para resolução desta adversidade, como sugerido por um dos profissionais, podia ter sido tornada mais evidente as alterações estéticas na segunda parte para manter o contexto original e talvez não causando o desinteresse manifestado nesta secção. Contudo, ainda há uma superioridade na quantidade de respostas que tiveram o seu interesse dedicado durante todo o vídeo, mostrando que é possível captar a atenção geral.

Levando em consideração o visual simplificado adotado, a pergunta seguinte envolve saber se os inquiridos acreditavam que o objetivo de evitar um julgamento estético baseado em gosto pessoal foi cumprido. Com isto, 94,9% concorda com este ponto, onde apenas duas pessoas discordaram. Ambas as justificações remetem ao facto de atuarem em cargos criativos que os fazem julgar todas as criações gráficas com base em preferências.

Ainda na questão do visual, também foi questionado se a alteração das estéticas entre as partes do vídeo foi relevante para a repetição da narrativa. Apenas 4 respostas foram negativas. Entretanto, se fosse aplicada a solução proposta anteriormente, enfatizando mais o grafismo desta mudança, talvez pudesse criar uma nova concepção deste aspecto.

A subversão de expectativas possui um papel importante na estrutura do projeto, desta forma, necessita de validação direta. Portanto, a próxima pergunta tinha o intuito de saber se, da maneira como a narrativa foi estruturada, tais expectativas foram induzidas. A adesão a esta convicção foi bastante alta, porém, outra vez duas pessoas discordaram. Todavia, estes que propuseram respostas negativas demonstram noutro ponto do questionário que não compreenderam a narrativa na sua totalidade ou não foram capazes de a acompanhar, o que justifica os seus resultados semelhantes nas perguntas a seguir, sobre os mesmos tópicos.

Embora a aceitação do conceito anterior tenha sido apresentada em grande quantidade, no que se refere à surpresa gerada, o número diminui. Por volta de um quarto dos inquiridos não foram surpreendidos pelos eventos retratados. Talvez, se as diferenças entre as expectativas formadas e os resultados apresentados fossem mais radicais ou acentuadas, este valor fosse limitado apenas aos que não fossem capazes de perceber a história.

Apesar disso, apenas 5 daqueles que se demonstraram não surpreendidos pelos acontecimentos não acharam a narrativa utilizada nas duas primeiras partes apelativa. Isto demonstra que mesmo sem o ponto da surpresa, outros detalhes do vídeo são capazes de manter a atenção da maior parte das pessoas. Os únicos resultados negativos deste aspecto foram, para além dos recorrentes que não compreenderam, são dois que sugerem detalhes mais contrastantes e um que não aprecia de todo a repetição.

Independentemente de a extensão do vídeo ter sido parâmetro de justificativa para algumas faltas de interesse em determinadas questões, apenas 6 pessoas apontaram este aspecto como não sendo adequado para um melhor efeito final. Isto mostra que, por mais que alguns acreditem que mais curto possa ser mais relevante para provar o tema, o tempo como está não necessariamente compromete a integridade do todo. Como possibilidade, algumas técnicas podiam ser condensadas em cenas menores para também ir de encontro aos interesses de todos.

Como a terceira parte do vídeo também procura passar uma mensagem de alerta sobre os pontos do tema, em relação ao impacto desta, 36 pessoas acreditam que foi apropriado. A razão dos restantes pode ser deduzida por uma análise empírica, onde não obtiveram a experiência como foi desenvolvida para ser percebida.

Finalizando as questões do projeto, é questionado se no geral, este havia respondido às propostas que foram determinadas. Posto isto, 38 especialistas da área criativa acreditam que o resultado final deste trabalho vai de encontro às necessidades do tema com sucesso. Desta maneira, é possível afirmar que este filme como exploração destas técnicas e processos é válido e eficiente no seu resultado. A única resposta diferente desta norma é uma recorrente, demonstrando que o não perceber o fundamento do conteúdo implica na falta de reação sobre a experiência, pois as técnicas aplicadas são incapazes de causar efeito quando o espectador não cria uma relação inicial com o processo.

Após a conclusão das perguntas, um espaço foi disponibilizado para opiniões sobre o projeto. Primeiramente, alguns profissionais apontaram que a linguagem e a estética havia sido bem explorada, onde as limitações não entraram em confronto com a qualidade visual apresentada no final. Estes também se apresentaram intrigados e agradados pela estrutura do conteúdo, o que demonstra interesse possível para criações como estas no ambiente profissional criativo. Algumas observações foram realizadas sobre possibilidades de construção do vídeo. Testes de diferentes

combinações de elementos visuais, tipografias e cores podem ajudar a testar outros limites da percepção. Enquanto isso, outros também expõem as alternativas de textos mais curtos ou lentos, retirada da repetição, retratando como o mesmo projeto pode ser adaptado para obter resultados e perspectivas diferentes. Contudo, foi mencionada a falta de compreensão por parte de poucos espectadores. Talvez com alguma das alterações propostas isto possa ser revertido nestes casos, ou se o problema for o idioma, tentar ser mais inclusivo e procurar realizar traduções, mas isto implica um estudo para perceber como a percepção funciona naquela língua em questão. No geral, o projeto foi bem aceito com pequenas discordâncias em alguns aspectos entre os especialistas, mas nada que comprometesse o resultado final.

Relativamente ao tema, a primeira questão é sobre a criação de conteúdo com este foco e se acreditam neste ser relevante para o ambiente social. Apenas um dos inquiridos não concordou com este ponto. Sob uma análise empírica, esta resposta pode ser evidenciada como a relativização deste tema em comparação com outros aspectos que podem se apresentar como mais importantes numa criação visual.

No seguimento desta questão, mas neste momento tendo em consideração o espaço profissional e as suas exigências, perguntou-se se realizações de conteúdos deste género era viável. Em maioria, 89,7% dos especialistas acreditam ser possível. Entretanto, os outros 4 que negaram apresentam justificativas plausíveis, onde a saturação da percepção da sociedade é utilizada como ferramenta, e o designer para se adaptar as demandas dos meios de comunicação passa a dar mais importância às criações em quantidade e em velocidade do que propriamente a uma preocupação com a atenção dedicada. As respostas positivas não desconsideram as negativas, nem vice-versa, neste caso, são apenas duas perspectivas do mesmo ambiente profissional.

Como última pergunta, os especialistas são questionados sobre a relevância das técnicas de criação com estes temas para a área de atuação deles. Mais uma vez, a decisão foi unânime de que realmente são fundamentais, com as respostas abordando, de formas semelhantes, os mesmos detalhes. Justificativas que defendem a necessidade de comunicar, de conhecer o observador e de dependência de atenção e percepção foram as mais marcantes e presentes em praticamente todos os resultados. Portanto, devido a variedade de profissionais de áreas diferentes, este resultado mostra o quão essencial é o estudo da percepção e da atenção para o desenvolvimento criativo.

Mais uma vez, foi proposto um espaço para críticas, porém desta vez sobre a abordagem do tema. As opiniões deixam claro que o vídeo abordou o tema de maneira dinâmica e funcional, e que o tratamento destes assuntos da forma adotada promove reflexão sobre a capacidade crítica. Algumas sugestões são expostas, como testar a eventualidade de uma aplicação semelhante, mas com imagens, o que pode provar ser um desafio. No entanto, os pontos apontados são construtivos e são úteis para o possível desenvolvimento de iterações do projeto.

Finalmente, a última secção disponível para qualquer comentário que os profissionais quisessem deixar foi repleta de notas a valorizar o projeto, enaltecendo as técnicas, estrutura, conteúdo e abordagem. Este aspecto mostra, mais uma vez, que este projeto, e criações do mesmo género, possuem oportunidades reais no ambiente profissional.

# PARTE V

---

## AVALIAÇÕES FINAIS



## 6. DISCUSSÃO DE RESULTADOS

### 6.1. LIMITAÇÕES

Embora a conclusão dos resultados tenha sido positiva, o projeto não cativa a todos de maneira igual. Este facto demonstra a existência de certas limitações na sua essência, pela maneira como é estruturado. Estas limitações são intrínsecas e podem interferir com a experiência pretendida e com a capacidade de interpretação, refletindo na resposta do funcionamento aplicado. Deste modo, é essencial compreender estes aspectos para que possam ser considerados em futuras iterações do objeto ou investigações do tema.

Primeiramente, um detalhe que influencia a compreensão total do projeto e compromete por completo o seu efeito é o idioma. Por seu um vídeo tipográfico, o entendimento da narrativa e, conseqüentemente, da razão do filme depende da leitura das palavras dispostas. Os espectadores que não souberem a língua inglesa com facilidade, para acompanhar a velocidade da animação, não serão capazes de verificar o desempenho do processo. Este é um risco assumido, pois o conceito pretendia atingir um público mais abrangente ao escolher uma idioma que fosse universal, onde o inglês é definitivamente destacado. Outras versões deste projeto podem ser criadas em outras línguas, entretanto, isto implica uma investigação acrescida sobre os estudos linguísticos e a maneira de percepção destas variantes, pois as leituras e conjugações de palavras também variam nestas situações.

Mencionando as sequências de palavras, e que pode ser relacionada ao ponto anterior, a velocidade da animação tem impacto direto na visualização e captação do texto. A duração dedicada para cada frase foi desenvolvida tendo em consideração o tempo necessário para discernimento de todas as palavras individualmente. No entanto, este nível de assimilação é baseado nas capacidades de um aluno de investigação do ensino superior. Conseqüentemente, aquelas pessoas com habilidades de leitura ou vocabulário diferentes podem encontrar uma certa dificuldade neste aspecto, embora a animação tenha sido também construída com uma velocidade gradual para facilitar o entendimento deste procedimento.

Um ponto recorrente nas respostas da validação é a necessidade da repetição. A maioria dos profissionais acredita ser relevante, entretanto outros avaliam como desnecessária. Este aspecto foi inserido para transformar a própria estrutura do vídeo numa técnica perceptiva, com a

consolidação de expectativas. Contudo, este era um assunto paradoxal desde o princípio do seu desenvolvimento, pois a repetição incita a concentração num determinado ponto, porém o conhecimento sobre o que irá acontecer outra vez pode provocar perda da atenção. Deste modo, o projeto aplicou uma tentativa de controlar este lado negativo, através das experiências com perspectivas, graças à alteração do visual, com uma tentativa de manter o conteúdo original.

Ainda no tópico da atenção, como apresentado na investigação sobre o tema e comprovado pelos resultados, esta contém, em si, aspectos para a própria destruição. Embora a situação não tenha sido evidenciada em muitos casos, a amostra retirada foi suficiente para reconhecer esta possibilidade. A exigência e o excesso de atenção podem levar a perda de interesse ou ansiedade, mas como esta é uma exploração visual, estes contextos são ao menos verificados para consideração.

Em relação ao valor estético, apesar de a limitação visual ser exposta como aplicação do conceito para evitar um julgamento pessoal, este pode ter um efeito distorcido. Este aspecto pode causar indiferença ou não atração pela estética predominante ser mais minimalista e sem a utilização de imagens. Isto não foi um ponto efetivamente criticado ao longo do projeto, no entanto é sugerido em partes.

Sobre a narrativa, esta foi desenvolvida especificamente para aplicar as técnicas em si. Todavia, este também é um aspecto vulnerável ao juízo de gosto, pois apresenta situações muito características. Caso o observador não crie empatia com a história apresentada, a experiência pode ficar comprometida ou até ocorrer um desvio da atenção.

Relativamente ao tema no geral, a quantidade de informações particulares, que podem condicionar as situações, e de técnicas visuais e perceptivas é tão vasta que não seria possível incluí-las a todas no projeto. A seleção foi feita com base em soluções que melhor conjugassem com a intenção projetada. Seria necessária uma investigação mais extensa e aprofundada para poder analisar mais conteúdo. Este assunto em aplicação também é subjetivo, pois o que está em questão são produções criativas, onde as possibilidades são limitadas apenas pelas capacidades dos criadores, o que implica a necessidade desta ser apenas uma exploração de propostas seletas.

Um último fator circunstancial que pode se apresentar como limitação é o caso da pandemia Covid-19. Esta acarretou uma relativização de tópicos importantes para a sociedade, onde

preocupações com estes tipos de criações visuais podem não ser tão relevantes em comparação. Entretanto, um consumo maior de conteúdo pode ser abordado também como uma oportunidade para verificar estas técnicas.

## 6.2. REFLEXÃO CRÍTICA

Antes sequer de avaliar este projeto de forma crítica, é preciso ter em conta a área em que se insere. Como Ranulph Glanville (2014) apresentou, a investigação no design não deve apenas apontar a funcionalidade, ou falta desta, dos resultados, mas sim transmitir um parecer de como tornar a atividade melhor. Ao não considerar este assunto como sendo correto ou não, mas sim, se está a responder satisfatoriamente às propostas, é permitida sempre alguma avaliação de melhoria, onde o foco não é estar perfeito, mas estar o mais perfeito possível. Esta é a base desta pesquisa.

Este tema aborda definições e problemas que são bastante diversificados e subjetivos. Isto implica que a conjugação dos aspectos investigados para o desenvolvimento de uma peça visual requer uma elaboração cuidadosa para que a sua observação não seja complicada. Entretanto, é definitivamente um objeto complexo, pois procura responder à questões propostas, com todas estas informações reconhecidas e expressadas, através de um aspecto simples e compreensível pela maior parte os observadores.

O resultado final do vídeo está dinâmico, propondo uma leitura rápida o suficiente para manter a atenção das pessoas no decorrer dos acontecimentos. Embora a velocidade de interpretação seja uma limitação, esta não se apresenta como um problema na maioria dos casos. O ponto, relacionado ao tempo, que pode afetar mais o interesse prolongado é a extensão do filme. Comparativamente com produções maiores, que são mais extensas, este projeto cumpre o esperado de condensar todas as técnicas no espaço de tempo que se definiu. Contudo, avaliando este aspecto relativamente a velocidade que os espectadores desempenham para tomar decisões sobre conteúdos, talvez o vídeo pudesse ter adaptado algumas de suas cenas, como em tamanho do texto ou tipo de narrativa, para controlar melhor esta circunstância.

A limitação aplicada à estética apresenta e cumpre o seu objetivo, como demonstrado pelos comentários dos especialistas. No entanto, um foco acrescido no conceito da atenção pode significar uma renúncia inconsciente da qualidade principal de uma criação visual: o visual. Este

tópico foi desenvolvido com empenho gráfico para estar retratado da melhor maneira possível dentro das restrições autoimpostas. Isto reflete na aceitação recebida, mas talvez pudesse ser desenvolvido de outra forma, como procurar alguma estrutura ou estilo que promovesse uma estética diferente sem prejudicar a avaliação e o conceito da situação do gosto pessoal.

Em relação à validação, as questões apresentadas eram dicotômicas para uma dinamização das respostas ao questionário e das suas análises. Com isto em conta e embora tenham sido apresentadas oportunidades de justificação para os detalhes que não ocorressem como planeado, talvez uma construção diferente das respostas pudesse produzir resultados mais diversificados. Alterando a estrutura das perguntas ou de como explicá-las poderia ter permitido uma concepção diferente por parte dos inquiridos remetendo a uma outra visão da realidade do tema. Apesar disto, com o facto de que nas partes destinadas às opiniões dos especialistas existem comentários a enaltecer o vídeo e o trabalho envolvido, é apresentada a capacidade deste tipo de produções e promovidas expectativas para futuros desenvolvimentos.

No geral, o projeto como uma investigação do tema compreende bem as questões situacionais envolvendo as funcionalidades da percepção. Os aspectos técnicos e visuais respondem diretamente aos problemas propostos. Como uma exploração visual destas aplicações de conhecimento, este transmite aquilo que se propõe a passar, no entanto não demonstra todo estudo necessário e investido nestes assuntos à primeira vista. Porém, o conceito deste design também é apresentar a situação sem ser claramente teórico. O sistema de validação profissional foi uma mais-valia, pela exposição do tema e valorização dos resultados.

Finalmente, a criação de métodos que utilizam a percepção para o controle da atenção também proporciona um outro tipo de questão: sobre a ética. A produção de formas para manipular os observadores, suas opiniões e suas realidades pode ser aplicada de maneiras mal-intencionadas, com o intuito de explorar as pessoas. Desta forma, o foco da investigação e criação do projeto é de explorar a maneira como esta atenção pode ser manipulável apenas para o destaque de criações visuais. Como forma de atenuar o problema ético, o próprio objeto final também foi desenvolvido como uma tentativa de informar os espectadores mais alienados sobre a situação. Deste modo, o resultado não apenas prova a funcionalidade do conhecimento e das técnicas, mas, além disso, alerta as pessoas a tomarem mais cuidado com aquilo que lhes é apresentado.

### 6.3. INVESTIGAÇÃO FUTURA

Este projeto é um caso isolado de investigação e está concluído. Entretanto, as possibilidades criadas por este estudo podem ser aproveitadas de diversas formas. Portanto, é essencial apontar os casos que ainda podem ser desenvolvidos e providenciar sugestões, como propostas iniciais para investigações futuras relativas aos assuntos aqui retratados, para que qualquer pessoa que queira dar continuidade a estes trabalhos tenha uma base.

Como exploração visual, o objeto final foi projetado para ser único e representar a visão do autor exatamente como ficasse terminado, expondo uma visão do tema sem alterações. Contudo, a estrutura da metodologia desenvolvida viabiliza a realização de iterações deste modelo, como forma de testar novas oportunidades. Com as críticas construtivas recebidas dos especialistas, destacadas na análise de resultados da validação, novas versões podem ser construídas em busca de alguma que possa apresentar os conceitos de forma mais eficaz. Algumas técnicas de percepção com apresentações mais arriscadas podem ser experimentadas, como a utilização de imagens ou introduzindo aspectos como vozes, o que pode evidenciar ainda mais as leituras, podendo aumentar a velocidade de compreensão ou até das sequências. Outra opção seria a criação de peças alternativas, o que pode proporcionar uma perspectiva original ainda aproveitando o estudo aqui apresentado.

A investigação realizada foi suficiente para criar uma base para este projeto. Não obstante, os fundamentos em si que foram relatados podem ser focos de pesquisas próprias. Ao invés de serem estudos cognitivos voltados para criações visuais, estas novas propostas podem analisar puramente a percepção humana mediante os aspectos revelados por este trabalho, ou até mesmo no sentido inverso, como as próprias criações visuais sendo alvo de interferência perceptiva.

Uma questão levantada neste projeto que também merece uma investigação própria é a ética relativa a manipulação de atenção. Podendo utilizar o vídeo aqui produzido como caso de estudo e referência para análise, seria interessante propor mais conhecimentos sobre um tema que é de relevância geral. Uma proposta destas possui fundamento histórico e pode tentar descobrir alguma forma de utilização da percepção apenas para destaques visuais que não estejam ligados a intenções externas duvidosas.

Não apenas as áreas criativas podem tirar partido deste trabalho, mas as áreas científicas também envolvidas no processo são capazes de encontrar pontos válidos para aprofundar. Sectores como da psicologia, das ciências fisiológicas e das neurociências podem aproveitar este conjunto de informações aqui disposto e realizar testes mais diversificados e com conhecimentos especializados da área, para atingir resultados mais conclusivos sobre atenção e percepção relativas às criações visuais. Esta investigação pode ser o ponto de conexão para estas áreas desenvolverem, juntamente com o design, bases regulares para que alguns aspectos de controle perceptivo não sejam tão dependentes de intuição e mais fundamentados para utilizações práticas.

## 7. CONCLUSÕES FINAIS

### 7.1. CONTRIBUTOS

Durante o desenvolvimento deste projeto foram elaboradas e demonstradas algumas práticas e situações originais que podem apresentar valor para a área em que esta inserido. Mediante os resultados obtidos e analisados, é possível apontar os contributos diretos provenientes do trabalho aqui realizado. Tais contribuições foram definidas pelos pontos que, de uma perspectiva direcionada pela proposta inicial, foram bem sucedidos, validam teorias ou são relevantes para produções futuras.

Este projeto seguiu um plano bem definido e segmentado até a sua conclusão, de modo a abordar todos os aspectos necessários para o resultado desejado. Desta forma, o primeiro contributo apresentado é a sua metodologia original. A ligação de estruturas já existentes e provadas, para a definição de fases especiais com a exploração particular de detalhes necessários que não causam interferência entre si, mas que se complementam, provou-se eficiente. Qualquer outro projeto que tenha um propósito de desenvolvimento semelhante pode aplicar o esquema aqui originado para uma formulação dinâmica e que promove a resolução de todas as necessidades de cada parte antes do avanço para as próximas.

O vídeo produzido possui fundamentos criteriosos baseados no tema investigado e, por este motivo, pode ser utilizado como exemplo estável. No que diz respeito à observação casual, este serve como mensagem dirigida aos espectadores do público-alvo estabelecido, proporcionando uma diminuição viável da alienação visual. Sobre o aspecto criativo, desenvolvimentos de obras gráficas que procurem retratar contextos ou resultados semelhantes podem aproveitar o objeto final e todo o processo aqui descrito para orientar as próprias criações. E de um ponto de vista didático, o filme pode ser utilizado como caso de estudo, para avanços de pesquisa, ou em aulas que tenham o objetivo de interpretar formas de percepção.

Esta foi uma investigação na área do design, abordando temas relativos à essência da observação de criações visuais, onde o projeto resultante obteve aprovação concreta, através do parecer de especialistas no assunto. A análise destas respostas, com uma elucidação direta das questões funcionais e dos detalhes que podem ser mais elaborados, permite uma noção mais

aprofundada destes objetivos em congruência com as expectativas profissionais. Isto demonstra as possibilidades que estas produções apresentam dentro do ambiente prático.

Como já mencionado anteriormente, outras área de estudo estiveram envolvidas nesta pesquisa, devido à necessidade de conhecimento aprofundado em determinados assuntos que não estão diretamente implicados nos fundamentos do design. Estas áreas científicas também podem ser beneficiadas por este projeto, uma vez que os resultados adquiridos são provenientes das suas informações, podendo examinar ainda mais as situações perante outros métodos, ou também podem utilizar este como uma ligação de estudo com outros ramos de estudo.

Um aspecto relevante que foi investigado e testado dentro dos parâmetros do vídeo é a limitação das capacidades cognitivas humanas. Durante processos que envolvem uma compreensão mais demorada devido à necessidade de interpretação, como foi exposto pela leitura das palavras, as pessoas são incapazes de acompanhar mais do que uma sequência em simultâneo sem que informação seja perdida. Este resultado apresenta limites que podem ser considerados por qualquer criador visual e também possibilidades de estudo sobre potenciais recursos para contornar esta condição.

Por último, as técnicas perceptivas e de manipulação de atenção, como evidenciadas no projeto, são de carácter essencial para as áreas criativas e de comunicação. Todos os profissionais questionados apresentaram preocupações com o destaque de seus trabalhos. Quando uma mensagem é desenvolvida com o intuito de comunicar algo, a sua não visualização, a perda de informação ou a confusão de conteúdo comprometem o resultado pretendido. Este ponto prova que o tema é relevante para ser considerado durante as diversas produções visuais e afirma o potencial desta investigação aplicada.

## 7.2. CONCLUSÃO FINAL

Como uma exploração visual da percepção e da atenção, com base numa investigação científica destes temas, o projeto foi concluído com sucesso. As criações desenvolvidas com estas bases foram validadas como funcionais, pois os resultados das amostras adquiridas pelo questionamento de especialistas demonstrou que são capazes, ou ao menos neste caso em particular, de atingir a maioria dos espectadores. Isto indica que há espaço para este género de composições no ambiente



profissional. Estes conhecimentos e considerações são cruciais para as produções da área criativa, significando que a consideração destes aspectos pode tornar o meio mais prático e eficaz, não dependendo tanto de suposições e intuição.

O campo de estudo que envolve os parâmetros perceptivos aplicados às criações visuais é tão vasto que apenas esta investigação para o projeto não é suficiente para avaliar todas as hipóteses possíveis. O funcionamento da mente humana é extremamente complexo, portanto traduzir algo cujo propósito é manipulá-lo se torna ainda mais difícil, sendo assim necessárias mais pesquisas e testes para que os processos criativos continuem a evoluir com cada vez mais bases científicas. Entretanto, este se prova como eficiente, valorizando as respostas obtidas sobre a solução em concreto, e é um início de uma fonte de estudo para métodos mais estáveis.

A atenção da sociedade atual está evidentemente escassa. De um modo geral, esta população é definitivamente sem paciência nem tempo para dedicar à quantidade de opções visuais disponíveis. Este ponto pode ser comprovado tanto pela investigação, que propõe uma velocidade crescente das decisões relativas às informações expostas nos meios digitais, quanto pelas respostas do inquérito, onde alguns dos tópicos mais recorrentes de menção implicando alterações eram relativos ao tempo do vídeo. Contudo, a alienação presente devido à falta de interpretação, também resultado da saturação de conteúdos, facilita a manipulação da percepção que estiver concentrada. O processo definido neste projeto é um distinto ponto em favor do destaque das criações gráficas neste espaço já farto, por mais que também esteja incluído nos aspectos que podem ser mais aprofundados com outras áreas de estudo.

Como um estudo de uma criação de design que, eventualmente, poderia ser aplicado no ambiente real, comprovar a validade da sua existência com casos concretos da área é uma forma lógica de testar a capacidade do resultado. Alguns aspectos evidenciados podem ser elaborados de outras formas para averiguar novas possibilidades, como a extensão do vídeo poderia ser menor, ou os elementos visuais poderiam ser explorados com outra disposição. Entretanto, estas sugestões não comprometem o bom resultado do projeto, onde diversos profissionais questionados apontaram que a escolha e abordagem do tema foram bem definidas, que o conceito e a execução foram criativos, que a mensagem é válida e os conhecimentos serão relevantes para futuros desenvolvimentos técnicos e com aplicações reais.

O projeto abordou diversos aspectos que envolvem a área criativa, explorou métodos e estéticas possíveis, foi construído com testes de conhecimento e, finalmente, posto à prova com técnicos que poderiam legitimar os fundamentos. Todavia, é necessário averiguar se, após estar concluído e com os resultados analisados, é capaz de responder à perguntas de investigação que foram conceptualizadas no início do processo.

A primeira questão, que envolve como a atenção das pessoas pode ser utilizada para sugerir uma visualização desejada, foi respondida com sucesso de maneira prática pelo vídeo. Situações específicas, como o movimento da personagem sobre o quadro em conjunto com as sequências de palavras ou as diferentes leituras da parte com alteração de foco na mesma frase, demonstram que é possível determinar a localização da concentração do espectador. Se esta for induzida, basta moldar a composição gráfica para apresentar os efeitos e mensagens desejados e indicar a compreensão esperada.

A próxima pergunta questiona a função da percepção na determinação de opiniões. De acordo com o estudo aplicado, os observadores demonstram opiniões apenas dependendo da visão que lhes é apresentada. Este aspecto foi provado pela produção do objeto final que, ao realizar a repetição, no contexto das primeiras duas partes, expôs os espectadores a duas perspectivas com a mesma narrativa, sugerindo compreensões diferentes do decorrer dos acontecimentos e promovendo empatia com as personagens. A seguir, estas opiniões formadas são confrontadas numa terceira parte que desvia deste contexto e ataca o sistema compreendido. Ou seja, as informações percebidas são suficientes para a criação de convicções e a mudança do que é apresentado é suficiente para alterá-las.

Em seguida, foi questionada a maneira como um ponto de vista pode influenciar a concepção da realidade. Novamente remetendo ao conceito de que as pessoas formam ideias a partir daquilo que observam, mas desta vez sob a forma de algo concreto, uma perspectiva permite apenas a absorção de uma certa quantidade de dados visuais. Se este ângulo de visão for alterado, é possível obter mais informações sobre o que estiver em questão. Este caso é evidenciado no projeto pelos desvendar da intenção das barras de formato cinematográfico, pois existe mais conteúdo para ser visto, mas aquela posição inicial apenas disponibilizava parte. Desta forma, os diferentes pontos de vistas podem transmitir conhecimentos distintos sobre um mesmo todo.

A pergunta a seguir prende-se com definir o quão determinantes são as experiências para a construção de uma ideia. As pessoas dependem dos próprios estímulos para determinar a existência de algo, pois este é o meio de contacto delas com o ambiente. Por conseguinte, apenas consideram o valor e funcionamento daquilo que experienciam. O exemplo deste facto aplicado no projeto pode ser compreendido pela ideia de criação de expectativas, onde as pessoas associam informações perante aquilo que são expostas, onde o desconstruir estes conceitos é um dos efeitos principais desenvolvidos. Este aspecto também pode ser apontado pelo efeito contrário, onde os observadores que não obtiveram a experiência pretendida não foram capazes de acompanhar o conceito, nem perceber o seu fundamento. Assim sendo, as experiências são fundamentais para a concepção de qualquer aspecto visual.

Com a última questão é pretendido saber como algo criado pode transmitir uma sensação para o observador de modo a este assumir a sua veracidade ao invés de uma verdade fundamentada. De maneira inconsciente, as pessoas tomam decisões e exibem comportamentos baseados nos conhecimentos que possuem e pela associação das informações que guardam na memória. Aproveitando este aspecto da percepção e do facto de que também assumem como realidade aquilo que compreendem através dos estímulos recebidos, se algo for apresentado e consolidado pelos sentidos, isto pode ser aceito, comparativamente, como algo real e inquestionável. Este aspecto é trabalhado através da subversão das expectativas criadas ao longo do filme, onde os contextos apresentados não são questionados, mas simplesmente aceitos, para a seguir serem desfeitos, desafiando este ponto perceptivo dos espectadores. Portanto, a aplicação de situações específicas, se forem provadas estáveis pelos sentidos, são capazes de alterar concepções pré-estabelecidas. Entretanto, o limite de duração destas perspectivas não foi testado, o que pode se apresentar como objeto de futuros investimentos de investigação.

Em suma, o projeto é capaz de demonstrar a fragilidade da percepção e da realidade sensível da sociedade atual. Aspectos como a possibilidade de manipulação da atenção e a capacidade de associação humana foram testados e comprovados, mas devem ser mais considerados. Estes tópicos são assumidos como comuns e não ativamente reconhecidos e praticados. Está garantido que são válidos em ambiente profissional, entretanto uma aplicação prática requer tempo e especialização. No geral, o projeto vai de encontro às questões que se propôs, mas como no design há sempre oportunidades para aperfeiçoamento ou, como evidenciado

pelo tema, diferentes perspectivas para novas abordagens, este estudo encontra-se aqui fundamentado como base para desenvolvimentos futuros.

# REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

---

Albert, M. K., & Hoffman, D. D. (1992). Perception is No Accident. *Optics & Photonics News*, 3(9), 50-51

Arnheim, R. (1974). *Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye*. University of California Press.

Bennet, B. M., Hoffman, D. D., & Prakash, C. (1989). *Observer Mechanics: A Formal Theory of Perception*. Academic Press.

Carbon, C. (2014). Understanding human perception by human-made illusions. *Frontiers in Human Neuroscience*, 8(566), 1-6. doi: 10.3389/fnhum.2014.00566

Crary, J. (2001). *Suspensions of Perception: Attention, Spectacle, and Modern Culture*. MIT Press.

Daya, S. (2017, Jullho 10). *What Are Optical Illusions and How Do They Work?*. Centre of Sight. <https://www.centreforsight.com/blog/what-are-optical-illusions-and-how-do-they-work>

Dicio - Dicionário Online de Português. (2020, Janeiro). *Concepção*. <https://www.dicio.com.br/concepcao/>

Dicio - Dicionário Online de Português. (2020, Maio). *Perspectiva*. <https://www.dicio.com.br/perspectiva/>

Facebook for Business. (2016, Abril). *Capturing Attention in Feed: The Science Behind Effective Video Creative*. <https://www.facebook.com/business/news/insights/capturing-attention-feed-video-creative>

Foerster, H. V. (2003). *Understanding Understanding: Essays on Cybernetics and Cognition*. Springer.

Gibson, J. J. (1950). *The Perception of the Visual World*. The Riverside Press.

- Glanville, R. (2014, Outubro 15). *How Design and Cybernetics Reflect Each Other*. Systemic Design Association. [https://systemic-design.net/wp-content/uploads/2014/08/Ranulph\\_Glanville.pdf](https://systemic-design.net/wp-content/uploads/2014/08/Ranulph_Glanville.pdf)
- Global Web Index. (2020, Março). *GWI Coronavirus Research | April 2020 Series 4: Media Consumption and Sport*. [https://www.globalwebindex.com/hubfs/1.%20Coronavirus%20Research%20PDFs/GWI%20coronavirus%20findings%20April%202020%20-%20Media%20Consumption%20\(Release%204\).pdf](https://www.globalwebindex.com/hubfs/1.%20Coronavirus%20Research%20PDFs/GWI%20coronavirus%20findings%20April%202020%20-%20Media%20Consumption%20(Release%204).pdf)
- Gombrich, E. H. (1984). *Art and Illusion: A Study in the Psychology of Pictorial Representation*. Phaidon Press.
- Goodman, N. (1978). *Ways of Worldmaking*. Hackett Publishing Company.
- Google. (2020). *Design Sprint Methodology*. Design Sprints. <https://designsprintkit.withgoogle.com/methodology/overview>
- Heller, E. (2014). *A psicologia das cores: Como as cores afetam a emoção e a razão*. Editorial Gustavo Gili.
- Helmholtz, H. V. (1925). *Treatise on Physiological Optics: Volume III, The Perceptions of Vision*. The Optical Society of America.
- Hoffman, D. (2019). *The Case Against Reality: Why Evolution Hid the Truth from Our Eyes*. W. W. Norton & Company.
- Howells, R., & Negreiros, J. (2012). *Visual Culture* (2ª ed.). Polity Press.
- Interaction Design Foundation. (2020). *Design Thinking*. <https://www.interaction-design.org/literature/topics/design-thinking>
- Kemp, S. (2019, Janeiro 30). *Digital 2019: Global Internet Use Accelerates*. We Are Social. <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>
- Koffka, K. (2014). *Principles of Gestalt Psychology*. Mimesis International.

- Kromm, J., & Bakewell, S. B. (Eds.). (2009). *A History of Visual Culture: Western Civilization from the 18th to the 21st Century*. Berg Publishers.
- Lupton, E. (2010). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students*. Princeton Architectural Press.
- Lupton, E. (2015). *Tipos na tela: Um guia para designers, editores, tipógrafos, blogueiros e estudantes*. Editorial Gustavo Gili.
- Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*. MIT Press.
- Margolin, V. (2014). *Design e Risco de Mudança*. Verso da História.
- Martin, B., & Hannington, B. (2012). *Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions*. Rockport Publishers.
- Mirzoeff, N. (1998). *The Visual Culture Reader*. Routledge.
- Mozilla (2020, Maio). *How to overcome distractions (and be more productive)*. The Firefox Frontier. [https://blog.mozilla.org/firefox/nir-eyal-interview/?utm\\_source=desktop-snippet&utm\\_medium=snippet&utm\\_campaign=moz-blogs-h1-2020&utm\\_term=23155&utm\\_content=REL](https://blog.mozilla.org/firefox/nir-eyal-interview/?utm_source=desktop-snippet&utm_medium=snippet&utm_campaign=moz-blogs-h1-2020&utm_term=23155&utm_content=REL)
- Pashler, H. E. (1998). *The Psychology of Attention*. MIT Press.
- Plato. (2003). *The Republic*. Cambridge University Press.
- Rose, G. (2001). *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. SAGE Publications.
- Rosen, C. (2006). The Image Culture. In M. Bierut, W. Drenttel, & S. Heller (Eds.), *Looking Closer 5* (pp. 45-61). Allworth Press.



- Schirato, T., & Webb, J. (2004). *Reading the visual*. Allen & Unwin.
- Schwartz, B. (2016). *The Paradox of Choice*. HarperCollins Publishers.
- Sternberg, R. J., & Sternberg, K. (2012). *Cognitive Psychology* (6<sup>a</sup> ed.). Cengage Learning.
- Vilas-Boas, A. (2010). *O que é Cultura Visual?*. AVB.
- Virilio, P. (1991). *The Aesthetics of Disappearance*. Semiotext(e).
- Virilio, P. (1994). *The Vision Machine*. British Film Institute.
- Vivid Optical. (2019, Janeiro). *Optical Illusions - What is a Cognitive Illusion?*. <https://www.vivid-optical.co.uk/optical-illusions-cognitive-illusion/>
- Walker, J. A., & Chaplin, S. (1997). *Visual Culture: An introduction*. Manchester University Press.
- Williams, R. (2009). *The Animator's Survival Kit: Expanded Edition, A Manual of Methods, Principles and Formulas for Classical, Computer, Games, Stop Motion and Internet Animators*. Faber and Faber.

# BIBLIOGRAFIA

---

Albert, M. K., & Hoffman, D. D. (1992). Perception is No Accident. *Optics & Photonics News*, 3(9), 50-51

American Psychological Association. (2020). *Weber's law*. APA Dictionary of Psychology. <https://dictionary.apa.org/webers-law>

Arnheim, R. (1974). *Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye*. University of California Press.

Behrens, T. (2016). *Substitute location : semiotics and perception of substitute location : in fiction film : A Road Movie* [Tese de doutoramento, Universidade de Lisboa]. Repositório da Universidade de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10451/25368>

Bennet, B. M., Hoffman, D. D., & Prakash, C. (1989). *Observer Mechanics: A Formal Theory of Perception*. Academic Press.

Brasel, S. A., & Gips, J. (2008). *Breaking through Fast-Forwarding: Brand Information and Visual Attention*. <https://doi.org/10.1509/jmkg.72.6.031>

Carbon, C. (2014). Understanding human perception by human-made illusions. *Frontiers in Human Neuroscience*, 8(566), 1-6. doi: 10.3389/fnhum.2014.00566

Crary, J. (2001). *Suspensions of Perception: Attention, Spectacle, and Modern Culture*. MIT Press.

Damásio, A. (2017). *A Estranha Ordem das Coisas: A Vida, os Sentimentos e as Culturas Humanas*. Temas e Debates.

Daya, S. (2017, Jullho 10). *What Are Optical Illusions and How Do They Work?*. Centre of Sight. <https://www.centreforsight.com/blog/what-are-optical-illusions-and-how-do-they-work>

Dicio - Dicionário Online de Português. (2020, Janeiro). *Concepção*. <https://www.dicio.com.br/concepcao/>

- Dicio - Dicionário Online de Português. (2020, Maio). *Perspectiva*. <https://www.dicio.com.br/perspectiva/>
- Facebook for Business. (2016, Abril). *Capturing Attention in Feed: The Science Behind Effective Video Creative*. <https://www.facebook.com/business/news/insights/capturing-attention-feed-video-creative>
- Foerster, H. V. (2003). *Understanding Understanding: Essays on Cybernetics and Cognition*. Springer.
- Frascara, J. (2004). *Communication Design: Principles, Methods, and Practice*. Allworth Press.
- Gibson, J. J. (1950). *The Perception of the Visual World*. The Riverside Press.
- Glanville, R. (2014, Outubro 15). *How Design and Cybernetics Reflect Each Other*. Systemic Design Association. [https://systemic-design.net/wp-content/uploads/2014/08/Ranulph\\_Glanville.pdf](https://systemic-design.net/wp-content/uploads/2014/08/Ranulph_Glanville.pdf)
- Global Web Index. (2020, Março). *GWI Coronavirus Research | April 2020 Series 4: Media Consumption and Sport*. [https://www.globalwebindex.com/hubfs/1.%20Coronavirus%20Research%20PDFs/GWI%20coronavirus%20findings%20April%202020%20-%20Media%20Consumption%20\(Release%204\).pdf](https://www.globalwebindex.com/hubfs/1.%20Coronavirus%20Research%20PDFs/GWI%20coronavirus%20findings%20April%202020%20-%20Media%20Consumption%20(Release%204).pdf)
- Gombrich, E. H. (1984). *Art and Illusion: A Study in the Psychology of Pictorial Representation*. Phaidon Press.
- Goodman, N. (1978). *Ways of Worldmaking*. Hackett Publishing Company.
- Google. (2020). *Design Sprint Methodology*. Design Sprints. <https://designsprintkit.withgoogle.com/methodology/overview>
- Heller, E. (2014). *A psicologia das cores: Como as cores afetam a emoção e a razão*. Editorial Gustavo Gili.

- Helmholtz, H. V. (1925). *Treatise on Physiological Optics: Volume III, The Perceptions of Vision*. The Optical Society of America.
- Hoffman, D. (2019). *The Case Against Reality: Why Evolution Hid the Truth from Our Eyes*. W. W. Norton & Company.
- Howells, R., & Negreiros, J. (2012). *Visual Culture* (2<sup>a</sup> ed.). Polity Press.
- Interaction Design Foundation. (2020). *Design Thinking*. <https://www.interaction-design.org/literature/topics/design-thinking>
- Kemp, S. (2019, Janeiro 30). *Digital 2019: Global Internet Use Accelerates*. We Are Social. <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>
- Koffka, K. (2014). *Principles of Gestalt Psychology*. Mimesis International.
- Kromm, J., & Bakewell, S. B. (Eds.). (2009). *A History of Visual Culture: Western Civilization from the 18th to the 21st Century*. Berg Publishers.
- Kumar, V. (2013). *101 Design Methods: A Structured Approach for Driving Innovation in Your Organization*. Wiley.
- Lupton, E. (2010). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students*. Princeton Architectural Press.
- Lupton, E. (2015). *Tipos na tela: Um guia para designers, editores, tipógrafos, blogueiros e estudantes*. Editorial Gustavo Gili.
- Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*. MIT Press.
- Margolin, V. (2014). *Design e Risco de Mudança*. Verso da História.
- Martin, B., & Hannington, B. (2012). *Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions*. Rockport Publishers.

- Mirzoeff, N. (1998). *The Visual Culture Reader*. Routledge.
- Morin, E. (2005). *Introdução ao Pensamento Complexo* (5ª ed.). Editora Sulina.
- Mozilla (2020, Maio). *How to overcome distractions (and be more productive)*. The Firefox Frontier. [https://blog.mozilla.org/firefox/nir-eyal-interview/?utm\\_source=desktop-snippet&utm\\_medium=snippet&utm\\_campaign=moz-blogs-h1-2020&utm\\_term=23155&utm\\_content=REL](https://blog.mozilla.org/firefox/nir-eyal-interview/?utm_source=desktop-snippet&utm_medium=snippet&utm_campaign=moz-blogs-h1-2020&utm_term=23155&utm_content=REL)
- Munari, B. (2014). *Das Coisas Nascem Coisas*. Edições 70.
- Muratovski, G. (2015). *Research for Designers: A Guide to Methods and Practice*. SAGE Publications.
- Pashler, H. E. (1998). *The Psychology of Attention*. MIT Press.
- Plato. (2003). *The Republic*. Cambridge University Press.
- Rose, G. (2001). *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. SAGE Publications.
- Rosen, C. (2006). The Image Culture. In M. Bierut, W. Drenttel, & S. Heller (Eds.), *Looking Closer 5* (pp. 45-61). Allworth Press.
- Schirato, T., & Webb, J. (2004). *Reading the visual*. Allen & Unwin.
- Schwartz, B. (2016). *The Paradox of Choice*. HarperCollins Publishers.
- Sternberg, R. J., & Sternberg, K. (2012). *Cognitive Psychology* (6ª ed.). Cengage Learning.
- Vilas-Boas, A. (2010). *O que é Cultura Visual?*. AVB.
- Virilio, P. (1991). *The Aesthetics of Disappearance*. Semiotext(e).
- Virilio, P. (1994). *The Vision Machine*. British Film Institute.

Vivid Optical. (2019, Janeiro). *Optical Illusions - What is a Cognitive Illusion?*. <https://www.vivid-optical.co.uk/optical-illusions-cognitive-illusion/>

Walker, J. A., & Chaplin, S. (1997). *Visual Culture: An introduction*. Manchester University Press.

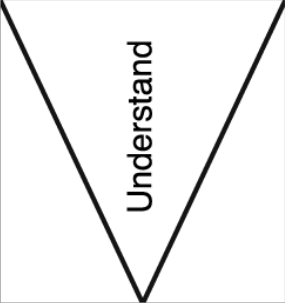
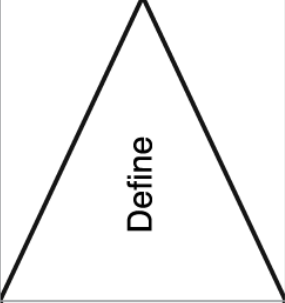
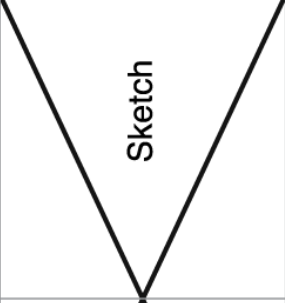
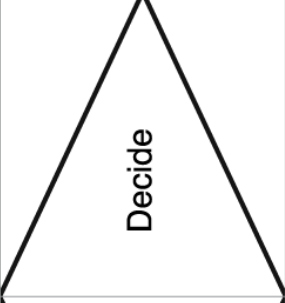
Williams, R. (2009). *The Animator's Survival Kit: Expanded Edition, A Manual of Methods, Principles and Formulas for Classical, Computer, Games, Stop Motion and Internet Animators*. Faber and Faber.

# ANEXO A

---

## ESQUEMA DA METODOLOGIA PROJETUAL



↳	FASE 1	FASE 2	FASE 3	FASE 4	FASE 5
Z	COMPREENDER	DEFINIR	IDEALIZAR	CRIAR	VALIDAR
D1	Emphatize	Define	Ideate	Prototype	Test
DSM					
UM	Literature Reviews	Content Analysis (deductive)	Brainstorming	Storyboards + Prototyping	Questionnaires + Content Analysis (inductive)

F	Fase da Metodologia	UM	Universal Methods of Design		
N	Nome da Fase	DSM	Design Sprint Methodology		
DT	Design Thinking				

# **ANEXO B**

---

## BRAINSTORMING

## BRAINSTORMING - PERCEPÇÃO & ATENÇÃO

### NARRATIVA

tipografia como personagens

4th wall break

performance

personalidade nos objetos

interação palavra-som

ambiguidade de significados

transição de info. impessoal para personagens

### ESTÉTICA

alterações de cor

contraste com vfx

tunnel vision

glitch

minimalismo

barrier grid animation

video tipográfico

bordas de vídeo falsas

tipografia como formas e objetos

### TÉCNICAS

objetos impossíveis

atração e curiosidade pela velocidade

codificação de conteúdo

ambiguidade visual

saccade blindness

atenção e associação por repetição

jogos com construção de palavras

entimema

speed reading

pareidolia

subversão de expectativas

paradoxos

Weber's law

mixed reality

Loop

misdirection

vídeo como objeto de manipulação

diferentes leituras induzidas

negative space

perspectiva anamórfica

alteração de ordens de palavras

## BRAINSTORMING - PERCEPÇÃO & ATENÇÃO

### NARRATIVA

tipografia como personagens

4th wall break

performance

personalidade nos objetos

interação palavra-som

ambiguidade de significados

transição de info. impessoal para personagens

### ESTÉTICA

alterações de cor

contraste com vfx

tunnel vision

glitch

minimalismo

barrier grid animation

video tipográfico

bordas de vídeo falsas

tipografia como formas e objetos

### TÉCNICAS

objetos impossíveis

atração e curiosidade pela velocidade

codificação de conteúdo

ambiguidade visual

saccade blindness

atenção e associação por repetição

jogos com construção de palavras

entimema

speed reading

pareidolia

subversão de expectativas

paradoxos

Weber's law

mixed reality

Loop

misdirection

vídeo como objeto de manipulação

diferentes leituras induzidas

negative space

perspectiva anamórfica

alteração de ordens de palavras

# ANEXO C

---

## STORYBOARD

# AGAIN - by Leonardo Ribeiro | STORYBOARD

Loop 1 - Cena 1



**Visual** - Sequência de palavras, como speed reading, começando lento para compreensão do funcionamento mas não tanto para não perder o interesse dos espectadores, e seguir por aumentar a velocidade

**Detalhes** - Esta cena tem que ser relacionada com o final do vídeo para proporcionar o loop/ Todas as palavras em letra maiúscula para relacionar na próxima cena como se estivesse a gritar / Texto impessoal / som específico aplicado a cada aparição de palavra

**Script** - "Attention is a funny thing. People spend it without care and have less and less for what is really important. Creators can take advantage of it and our lack of context to change our perspective. Reality is in their hands. It's just a matter of looking at the evidence..." \*interrompido pelo início da próxima cena\*

Loop 1 - Cena 2



**Visual**- Continuação da sequência de palavras com a introdução de uma segunda sequência onde funcionam como duas personagens separadas numa conversa

**Detalhes**- Tipo de letra do 1 é mais impessoal, mais definido pela razão, tipo utilizado será a helvetica, então procurar um tipo que represente um contraste, algo com serifas, como a baskerville, para definir uma diferença entre personagens \*as cores vão ajudar\* / Nas partes interrompidas as personagens começam a falar por cima umas das outras

**Script**-

1- \*firm da ultima cena\* "Just look at the evidence..." \*interrompido\*

2- "Why are you yelling?"

1- "What?"

2- "You are again yelling alone for no apparent reason..."

\*interrompido\*

1- "You always interrupt me when I'm about to say something important..." \*interrompido\*

2- "I was just checking on you, there is no reason for you to treat me like this..." \*interrompido\*

1- "Why can't you just let me do my work in peace?"

2- "STOP YELLING!" \*Agora ela também começa a 'gritar'\*

Loop 1 - Cena 3



**Visual**- Discussão sem sentido - adicionar várias sequências de frases, a partir desse ponto, de cada um dos 'lados' para sobrecarregar a imagem e ninguém conseguir acompanhar a ideia da weber's law

**Detalhes**- A confusão de informações acaba quando o 1 numa das falas centrais termina, desacelerando, pois todas as outras falas desaparecem, com o início do script / o contexto da fala final é para criar contraste entre o ideia da personagem representar a razão e a fala ser por emoção, por impulso

**Script**-

1- "...because of your mother" \*palavra 'mother' fica por mais tempo e vai fading out\*

# AGAIN I STORYBOARD

Loop 1 - Cena 4



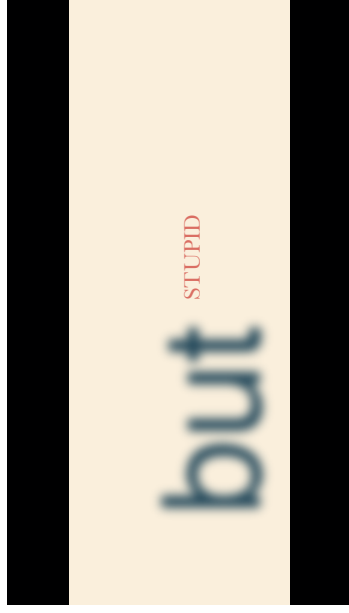
**Visual-** 2 cresce de tamanho como se estivesse com raiva para cima de 1 e depois começa a sair da tela apenas com o som da fala ainda a acontecer implicando que esta continua a falar

**Detalhes-** As trocas de falas de 1 ocorrem enquanto 2 esta a reclamar

**Script-**

2- "How dare you bring my mother into this? It's always the same thing! I'm tired of it! You don't care about others, just yourself! You are so selfish that..."  
1- "I... uh... but..."

Loop 1 - Cena 5



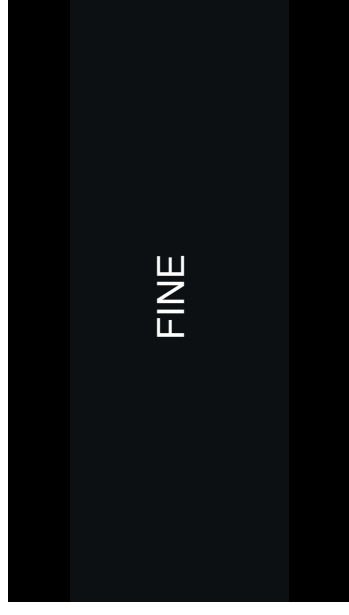
**Visual-** Camera aproxima de 1, que fica desfocado, com 2 num plano mais ao fundo continuando a reclamar ate que a "porta" bate com ela a desaparecer

**Detalhes-** Não há porta, apenas o som e o desaparecer da personagem que implica a ação de bater a porta

**Script-**

2- "...don't even consider my feelings you are just stupid and selfish think about what you have done It is your fault and I'm done with all this"

Loop 1 - Cena 6



**Visual-** Após a porta bater, o ambiente fica preto e branco e o foco volta para a personagem principal

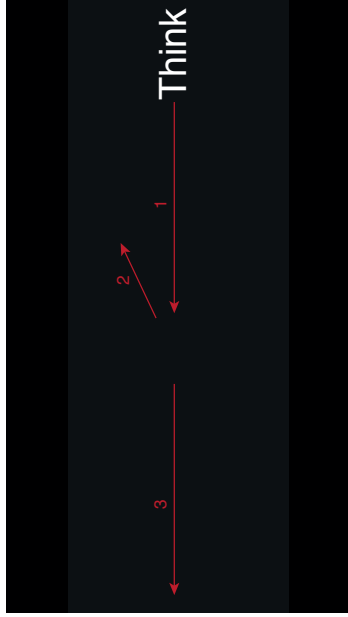
**Detalhes-** Antes de trocar para a palavra "fine", a última palavra que ficou treme um pouco como se estivesse com raiva

**Script-**

1- "FINE! If thats how it is, so be it!"

# AGAIN I STORYBOARD

Loop 1 - Cena 7



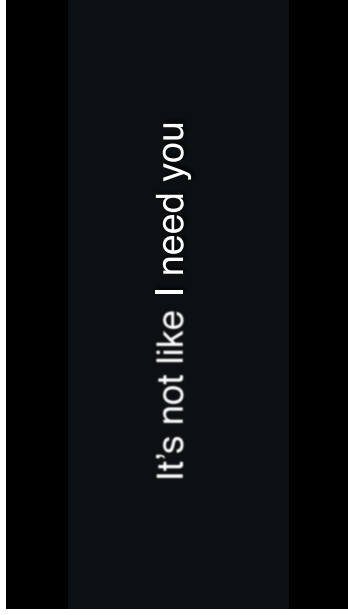
**Visual-** A personagem principal passa de um lado a outro da tela, reclamando, muda de direção, mas depois continua o caminho reclamando para o outro lado

**Detalhes-** Os detalhes na cor vermelha ão serão visíveis

## Script-

1- Who do you think you are? Nobody talks to me like that! It's not like I said anything that \*volta atrás\* you know what \*continua o caminho anterior\* Ahh! just forget it I have better things to worry about

Loop 1 - Cena 8



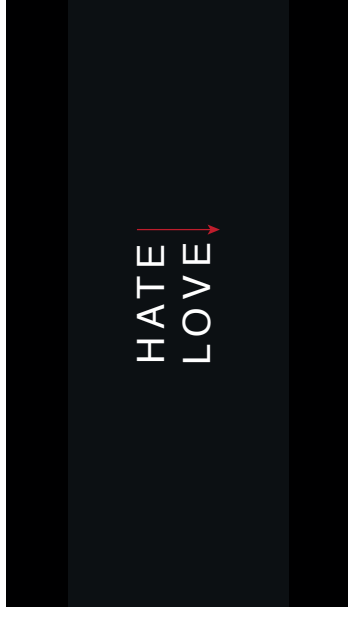
**Visual-** As palavras dessa vez vão aparecer em forma de frase normal, em sequência, umas ao lado das outras, mas a parte "It's not like" desaparece, diminui a intensidade, cai ou desfoca.

## Detalhes-

## Script-

1 - It's not like I need you

Loop 1 - Cena 9



**Visual-** As palavras voltam a trocar em sequência até a palavra "hate", que troca para a palavra "love"

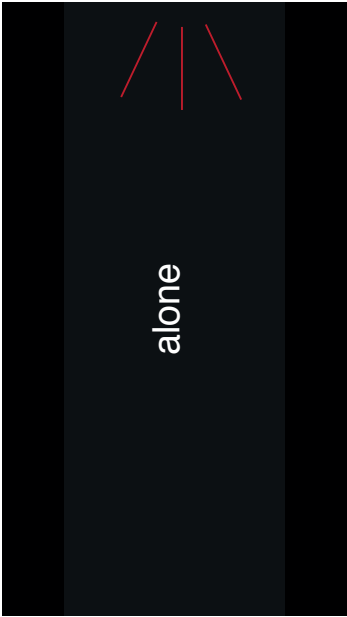
**Detalhes-** Quando a palavra trocar pela segunda vez, a troca vai ligeiramente mais rápido / os detalhes na cor vermelha não serão visíveis

## Script-

1- The only thing I feel now is hate... \*troca\* love... no, I said hate... \*troca\* love...

# AGAIN I STORYBOARD

Loop 1 - Cena 10



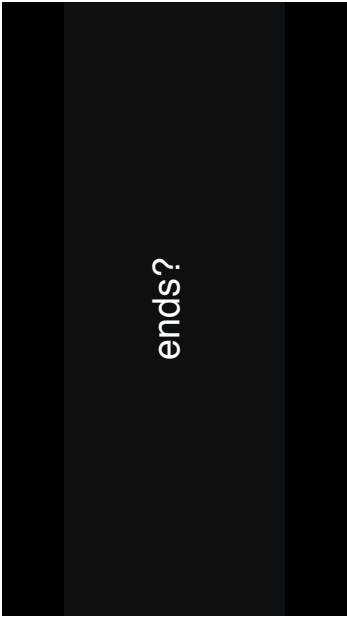
**Visual-** A palavra começa a reclamar em sequência com o som dela até ficar sozinha

**Detalhes-** Não há visuais para as ações do som (como personagem), apenas as palavras são visíveis, para utilizar a ideia de estimular diferentes sentidos na narrativa / os detalhes na cor vermelha não serão visíveis

**Script-**

1- Stop it! Leave me alone, and that includes you \*som 'fala'\*  
Yeah you, go away \*som vai embora falando + som de porta fechando\*

Loop 1 - Cena 11



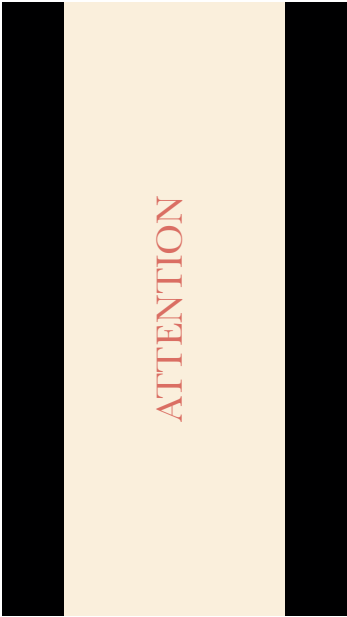
**Visual-** A sequência fala sozinha e sem som com uma maneira de fazer loop ao início do vídeo

**Detalhes-** Este último attention já é o início do segundo loop

**Script-**

1- So is this how it ends? Should I have paid more *attention*

Loop 2 - Parte 1



**Visual-** O loop 2 segue o mesmo conteúdo de script, porém o visual é alterado. Onde a tipografia/personagem 1 é trocada pela 2 e a 2 pela 1 (os sons também seguem as respectivas personagens)

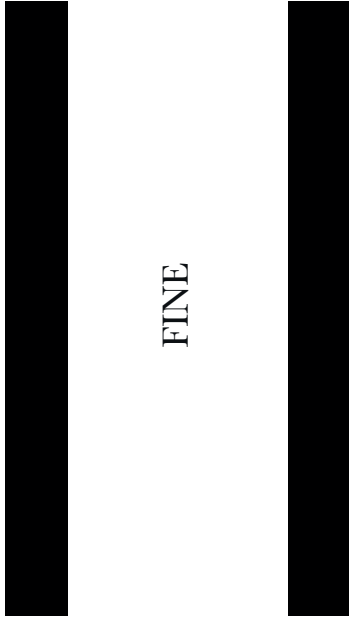
**Detalhes-**

**Script-**



# AGAIN I STORYBOARD

Loop 2 - Parte 2



**Visual-** Na parte do preto e branco, as cores também são invertidas para afirmar a ideia de mudança do visual, mas ainda com a mesma sequência de ações

**Detalhes-**

**Script-**

Loop 3 - Cena 1



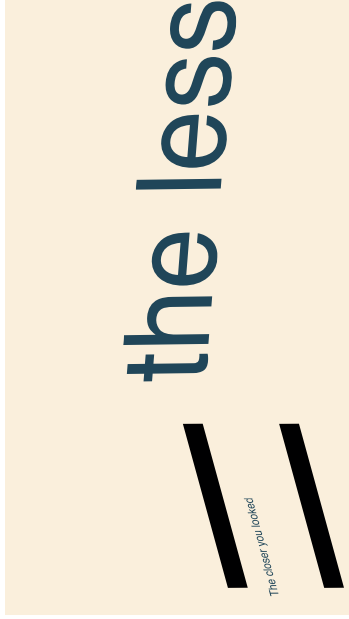
**Visual-** Igual ao loop inicial

**Detalhes-** O vídeo volta a parecer o loop 1, mas a história quebra a repetição

**Script-**

“Attention can be manipulated. I took advantage of yours just now to create situations from a specific perspective and you simply accepted it. By focusing on my story you played right into my hand.”

Loop 3 - Cena 2



**Visual-** A seguir à primeira frase, a camera se afasta da posição e aponta para uma outra direção, apresentando o resto da informação, enquanto as barras pretas e a primeira frase ficam no lugar

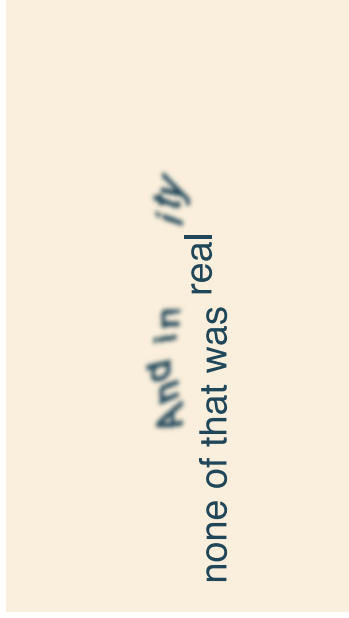
**Detalhes-** Essa primeira frase é escrita normalmente, com as palavras umas ao lado das outras, a segunda também, mas a seguir volta ao normal

**Script-**

“The closer you looked, the less you saw, because it was not a matter of knowing what was coming next, but what was there in the first place.”

# AGAIN I STORYBOARD

Loop 3 - Cena 3



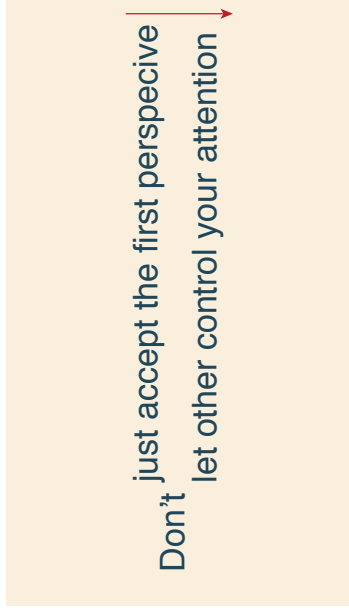
**Visual-** As duas primeiras frases são escritas normalmente, uma em baixo da outra para que possa ser realizada uma transição do “reality” para o “real”

**Detalhes-** Talvez criar um fade out da primeira frase quando o real cair para a segunda frase

**Script-**

“And in reality, none of that was real, it was just something I wanted you to see.”

Loop 3 - Cena 4



**Visual-** Frases escritas normalmente, onde o “Don’t” fica em cena e o resto troca

**Detalhes-** Os detalhes na cor vermelha não serão visíveis

**Script-**

“Don’t take things presented to you for granted, don’t let others control your attention, don’t just accept the first perspective, there is always another side, you just have to look “

Loop 3 - Cena 5



**Visual-** As letras do título aparecem a maiúsculo, talvez em negrito

**Detalhes-** Título do vídeo / “G” é representado como uma seta que faz uma volta

**Script-** “AGAIN - By Leonardo Ribeiro”

# ANEXO D

---

## FORMULÁRIO DE VALIDAÇÃO

# “AGAIN” – by Leonardo Ribeiro – Uma exploração visual sobre a percepção e a atenção

No âmbito da conclusão do mestrado em Design e Cultura Visual no IADE, foi desenvolvido um projeto que explora a criação visual com foco na percepção e na atenção. Como objeto final, foi criado um curto vídeo de animação que aborda e utiliza este tema na sua construção. Para que se compreenda melhor o conceito e a intenção deste trabalho, é necessária uma pequena introdução ao tema.

A sociedade atual está constantemente cercada de criações visuais. Considerando que são criadas por alguém com a intenção de comunicar, a realidade do ambiente é definida por esses criadores. Entretanto, a quantidade de conteúdo está a deixar a sociedade saturada, onde juntamente com a ideia de consumir o máximo de informação possível, as pessoas passam a disponibilizar menos tempo e atenção para cada peça de conteúdo. Portanto, a ideia principal deste projeto é provar que, sendo capaz de prender e controlar a atenção dos espectadores através da exploração da sua percepção, é possível prever, definir e controlar as suas perspectivas e expectativas de acordo com o que é desejado que seja visualizado. O vídeo foi desenvolvido de acordo com o princípio da subversão de expectativas, e os detalhes visuais foram limitados aos mais simples possíveis, de modo a evitar um julgamento de gosto e ser capaz de atrair um público mais abrangente.

Desta forma, este teste tem o intuito de avaliar a funcionalidade do conhecimento e da criação baseada nestes temas. Primeiro será apresentado o vídeo para apreciação e a seguir serão realizadas algumas questões relativas ao assunto. Obrigado pela colaboração.

Em caso de qualquer questão, contacte:

[leonardo.leca97@gmail.com](mailto:leonardo.leca97@gmail.com)

## \*Obrigatório

1. As suas informações disponibilizadas serão utilizadas apenas para fins académicos e exclusivamente para este projeto. A sua participação nesta validação é voluntária. \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ No seguimento da leitura das explicações acima referidas, declaro que aceito participar.

2. Nome: \*

---

3. Idade: \*

---

4. Profissão e/ou Grau Académico completo: \*

---

5. Permite a utilização da sua identidade para o projeto? (se responder “não”, o seu nome será mantido anónimo e apenas as outras informações serão utilizadas) \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Sim

☐ Não

Antes de prosseguir para a avaliação, por favor assista ao vídeo.

- [https://youtu.be/5SjVydFw\\_yQ](https://youtu.be/5SjVydFw_yQ)

Neste momento, serão realizadas algumas perguntas relacionadas com o projeto. Para facilitar as respostas e proporcionar uma melhor compreensão conjunta das secções do vídeo, sugiro a seguinte terminologia para referenciar as várias partes, baseadas no tempo:

- Até 01:13 - Parte 1

- Entre 01:13 até 02:25 - Parte 2

- A partir de 02:25 - Parte 3

6. Se se tivesse deparado com o vídeo por conta própria na internet, teria dedicado tempo para assistir? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Sim

☐ Não

7. Justifique a resposta anterior. \*

---

---

---

---

---

8. Conseguiu acompanhar bem a sequência do vídeo? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Sim

☐ Não

9. Se respondeu "não" à questão anterior, porquê?

---

---

---

---

---

10. As partes do vídeo que utilizam mais do que uma sequência de palavras tinham a intenção de provar os limites da atenção e da cognição humana. Acredita que o efeito foi concluído com sucesso? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Sim

☐ Não

11. Em algum momento do vídeo sentiu desinteresse de alguma forma? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Sim

☐ Não

12. Se respondeu "sim" à questão anterior, porquê?

---

---

---

---

---

13. Levando em consideração o visual simplificado adotado, acredita que a estética cumpriu o objetivo de evitar um julgamento baseado no gosto pessoal? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Sim

☐ Não

14. Se respondeu "não" à questão anterior, porquê?

---

---

---

---

---

15. Atente sobre a alteração visual entre as partes do vídeo. Acredita que esta alteração acrescentou valor à repetição da narrativa? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Sim

☐ Não

16. Considerando que o vídeo tinha a ideia de abordar e expor a atenção e a percepção através da subversão de expectativas, acredita que este foi capaz de induzir tais expectativas sobre o decorrer dos acontecimentos? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Sim

☐ Não

17. O verdadeiro resultado dos acontecimentos foi capaz de gerar surpresa? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Sim

☐ Não

18. Acredita que a narrativa das partes 1 e 2 foram suficientemente apelativas para o sucesso da proposta? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Sim

☐ Não



19. Se respondeu "não" à questão anterior, porquê?

---

---

---

---

---

20. Acredita que o tempo de vídeo foi o adequado para cativar a atenção dos espectadores durante toda a sua extensão? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Sim

☐ Não

21. Acha a mensagem de consciencialização da parte 3 obteve o devido impacto? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Sim

☐ Não

22. Acredita que este projeto representa bem o tema e responde às questões a que se propôs? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Sim

☐ Não

23. Caso tenha alguma opinião ou crítica construtiva que possa contribuir para a melhoria do projeto, deixe aqui:

---

---

---

---

---

24. Acredita que conteúdo criado com preocupação relativa a este tema é relevante para o ambiente da sociedade atual? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Sim

☐ Não

25. Levando em consideração os tempos e as exigências das profissões criativas atualmente, acredita ser viável a realização de conteúdos com preocupações relativas a este tema no espaço profissional? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Sim

☐ Não

26. Se respondeu "não" à questão anterior, porquê?

---

---

---

---

---

27. As técnicas de criação que envolvem a percepção, a atenção e os conhecimentos sobre estes temas são relevantes para a área onde você atua? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Sim

☐ Não

28. Se respondeu "sim" à questão anterior, de que forma? Se respondeu "não", porquê? \*

---

---

---

---

---

29. Se tiver alguma opinião ou crítica construtiva sobre o tema e a sua abordagem, pode deixar aqui:

---

---

---

---

---

30. Este espaço é para, caso deseje, deixar comentários finais relativos ao projeto:

---

---

---

---

---

# ANEXO E

---

FORMULÁRIO DE  
VALIDAÇÃO (INGLÊS)

# “AGAIN” - by Leonardo Ribeiro - A visual exploration about perception and attention

To conclude the master's degree in Design and Visual Culture at IADE, a project that explores visual creations focused on perception and attention was developed. As the final object, a short animation video that addresses and uses this theme was created. In order to better understand the concept and intention of this work, a short introduction is necessary.

Today's society is constantly surrounded by visual creations. Considering that they are designed by someone with the intention of communicating something, the reality of the environment is defined by these creators. However, the society is getting saturated with the amount of content, where, combined with the idea of consuming as much information as possible, people start to spend less time and attention on each piece of content. Therefore, the main idea of this project is to prove that, being able to hold and control the viewers' attention through the exploration of their perception, it is possible to predict, define and control their perspectives and expectations according to what is intended to be seen. The video was developed according to the principle of subversion of expectations, and the visual details were limited to the minimal, in order to avoid a judgment based on taste and be able to attract a broader audience.

Thus, this test is intended to assess the functionality of this knowledge and of the creations based on these themes. First the video will be presented for consideration and then there will be some questions related to the subject. Thank you for the collaboration.

In case you have any questions, contact:

[leonardo.leca97@gmail.com](mailto:leonardo.leca97@gmail.com)

*\*Obrigatório*

1. The information you shall provide will only be used for academic purposes and exclusively for this project. Your participation in this project is voluntary. \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ After reading through the terms above, I accept to participate.

2. Name: \*

---

3. Age: \*

---

4. Profession and/or completed Academic Degree: \*

---

5. Do you allow the use of your identity for this project? (if the answer is “no”, your name will be kept anonymous and only the rest of the information will be utilized) \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Yes

☐ No

Before proceeding, please watch the video:

- [https://youtu.be/5SjVydFw\\_yQ](https://youtu.be/5SjVydFw_yQ)

At this point, you will be presented with some questions regarding the project. For a better understanding of the sections of the video, I suggest the following terminology while referring to the various parts, based on time:

- Until 01:13 - Part 1
- Between 01:13 and 02:25 - Part 2
- After 02:25 - Part 3

6. If you had come across the video on your own on the internet, would you have taken the time to watch it? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Yes

☐ No

7. Justify your previous answer. \*

---

---

---

---

---

8. Were you able to follow the video sequence well? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Yes

☐ No

9. If you answered “no” to the previous question, why?

---

---

---

---

---

10. The parts of the video that use more than one sequence of words were created with the intention of proving the limits of human attention and cognition. Do you believe the effect was successful? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Yes

☐ No

11. At any point in the video did you feel disinterest in any way? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Yes

☐ No

12. If you answered “yes” to the previous question, why?

---

---

---

---

---

13. Considering the simplified look adopted, do you believe the aesthetics fulfilled the objective of avoiding a judgment based on personal taste? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Yes

☐ No

14. If you answered “no” to the previous question, why?

---

---

---

---

---



15. Regarding the visual change between the parts of the video, do you believe that this change improved the repetition of the narrative? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Yes

☐ No

16. Considering that the idea behind the video was to address and expose attention and perception through the subversion of expectations, do you believe that it was able to induce such expectations about the course of events? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Yes

☐ No

17. Was the true outcome of the events capable of creating a surprise effect? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Yes

☐ No

18. Do you believe the narrative of parts 1 and 2 were sufficiently appealing for the proposal to succeed? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Yes

☐ No

19. If you answered “no” to the previous question, why?

---

---

---

---

---

20. Do you believe the length of the video was adequate to captivate the viewers' attention throughout it? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Yes

☐ No

21. Do you think the awareness message on part 3 got the right impact? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Yes

☐ No

22. Do you believe that this project represents well the theme and answers the questions it set? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Yes

☐ No

23. This space is for any opinion or constructive criticism you may have that could improve the project:

---

---

---

---

---

24. Do you believe that content created regarding this theme is relevant to the environment of today's society? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Yes

☐ No

25. Taking into account the time needed and the requirements for some creative professions today, do you think it is feasible to create content while being concerned with these topics in the professional area? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Yes

☐ No

26. Are creative techniques involving perception, attention and knowledge around these topics relevant to the area where you work? \*

*Marcar apenas uma oval.*

☐ Sim

☐ Não

27. Justify your previous answer. \*

---

---

---

---

---

28. This space is for any opinion or constructive criticism you may have regarding the subject and it's approach:

---

---

---

---

---

29. This space is for any final comments you may want to leave:

---

---

---

---

---

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

# ANEXO F

---

## RESULTADOS DOS FORMULÁRIOS

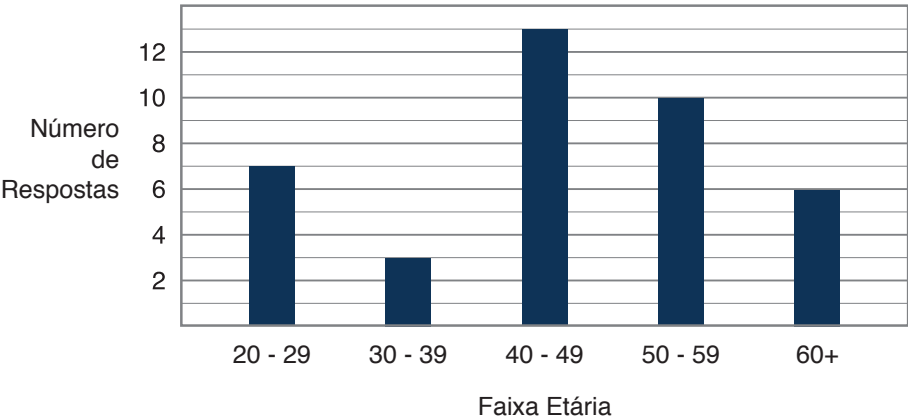
# “AGAIN” - by Leonardo Ribeiro

Uma exploração visual sobre a percepção e a atenção

Amostra: 39 respostas

Perfil:

- Idade:  
39 respostas



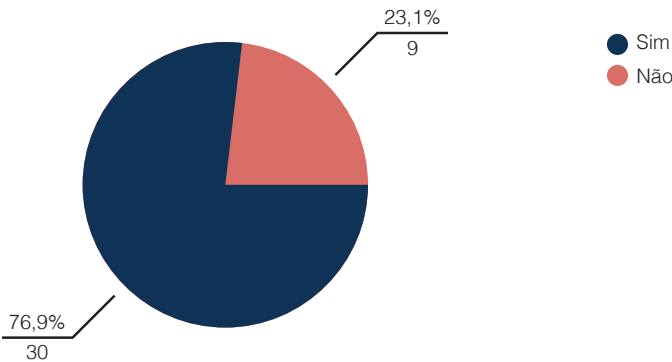
- Profissão e/ou Grau Acadêmico completo:  
39 respostas

Categoria	Descrição	Categoria	Descrição
Designer	Freelancer Designer	Criativo	Art Director
	Designer I pós-graduação		Creative Manager at The Walt Disney Company
	Designer		Programador Visual / Diretor de Efeitos
	Designer de produto / empresário		Cineasta de animação
	Designer		Bacharel em Comunicação Social
	Terceiro grau - Design	Jornalista	Jornalista
	Designer		Comunicação/Jornalismo
	Licenciada em Design		cineasta e jornalista
	Designer, Licenciatura	Professor	investigadora/doutoramento
	designer gráfico		Professora / Doutorada
	Designer		Professor universitário
	Licenciatura em Design Gráfico/ Empresário e Artista Plástico	Empresário	Empresário
	Designer		Empresária
Artista Digital	Diretor de VFX		Empresário
	supervisor de efeitos visuais	Produtor	Assistente de Produção
	Artista de Efeitos Visuais		produtora gráfica
	Senior Digital Artist	Publicitário	Publicitário
	Artista de Efeitos Especiais 3D		publicitária, bacharelado
	Mestrado em Arte da Computação	Arquiteto	arquiteto / MBA
	Animador 3º Grau		

Resultados:

- Se se tivesse deparado com o vídeo por conta própria na internet, teria dedicado tempo para assistir?

39 respostas



- Justifique a resposta anterior.

39 respostas

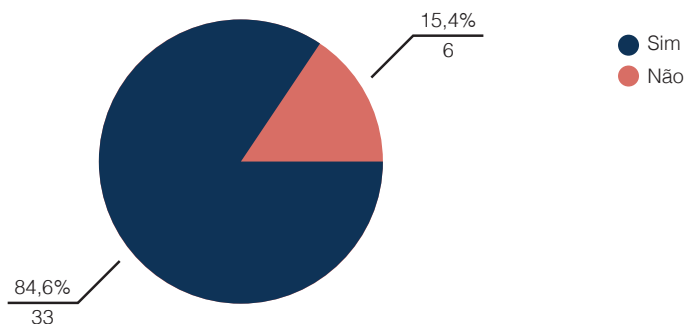
Sim
Por curiosidade.
Gostei da manipulação da atenção do espectador
Eu achei a ideia interessante de cara, se desenrolando aos poucos e num ritmo que vc quer saber o que vai acontecer ou o que as palavras querem transmitir como mensagem.
me pareceu interessante o uso da tipografia e timing
Apesar de vídeos com imagens me chamarem mais a atenção nas redes sociais, eu pararia para assistir, devido ao alerta do início do vídeo, com o uso da palavra "atenção". Após os primeiros segundos, provavelmente eu continuaria assistindo, por ter me despertado curiosidade para acompanhar o desenvolvimento da narrativa.
Fiquei intrigado com a natureza do texto/som.
A ideia é muito boa
Devido à thumbnail do video e ao seu nome, apesar de simples, era capaz de despertar a minha atenção e provocar a minha interação
eu gosto de type design and ja fiz um filme baseado em type e percepção, naturalmente logo que entendesse o ritmo iria me fisgar.
Aguardaria pra entender a intenção.
Gosto de jogo com palavras - e a maneira como o vídeo se desenvolve me prendeu a atenção
Atiçou minha curiosidade
O vídeo sugere uma certa curiosidade, mas a leitura é levemente comprometida pelo tempo proposto na animação. Achei interessante a forma como as palavras vão sendo animadas de acordo com os sons, mas muita coisa acaba se perdendo ao longo do processo. A forma como a curiosidade é gerada a partir do dinamismo também é uma boa forma de entreter e segurar o espectador. Eu teria ficado pra ver as surpresas que o vídeo traz ao longo do processo.
por ser interessante
Talvez não pela simplicidade e minimalismo (que sinto que é benéfico neste caso concreto), mas pela necessidade de partilhar uma mensagem e crítica acho que veria sim.
O ritmo narrativo é bem envolvente
Me chamou a atenção a animação, a brincadeira das palavras e a formação das frases criando um diálogo.
não sei se assistiria até o fim, pois é muito distracting e makes us anxious
gostei da linguagem, me remeteu ao videoclipe de Sign o' the Times, do Prince
Sim, mas se não fosse pelo pesquisa não iria até o final. A proposta (muito boa) foi logo compreendida, achei longo
Projectos tipográficos captam a minha atenção como criativo
Geralmente me interesso por diálogos, e a técnica de live-type writing chama atenção facilmente por gerar curiosidade.
O início já tem um ritmo bem dinâmico te faz continuar assistindo.

Sim
Mensagens diretas são mais fáceis de absorver
Ele provoca um estado de atenção
Gostei da linguagem, que embora seja simples trás boas surpresas na edição, ritmo e na utilização nos efeitos sonoros. Enfim achei que poucos recursos foram usados de maneira inteligente. Acho que um bom design é isso. Saber conjugar, impactar e comunicar usando a menor quantidade de informações possíveis.
Este tipo de projetos desperta-me muita curiosidade e tenho bastante interesse e gosto por ver. Para além disso, o título é sugestivo - com uma palavra muito pequena, desperta curiosidade (ainda sem existir a noção que no fim da experiência percebemos que o título resume tudo aquilo que o projeto representa).
Por curiosidade.
Geraria curiosidade
O formato chamou atenção

Não
Não tem um tema que me interesse particularmente
Meu foco e interesse é na maneira de contar histórias graficamente com personagens.
Sou muito seletivo com vídeos que assisto on-line e raramente assisti vídeos que não são do meu interesse ou "sugeridos" por algoritmos.
começa por ser muito confuso
Talvez sim... depende do meu mood no momento. Geralmente quando não sei do que se trata, me atraio por videos com visual mais atraente.
Tenho a cada dia consumido mais conteúdo direcionado aos meus interesses e evitando aqueles que desconheço ou não busquei naturalmente. Especialmente quando há uma abordagem direta, com o comando para atenção, em geral sinto o impulso inverso, de não ter a atenção retida.
Teria saído no meio do vídeo, pela repetição
Dada a quantidade de conteúdos que existem na internet / youtube provavelmente este video teria perdido a minha atenção e tinha feito "scrool down". Não por não gostar ou me interessar mas apenas por haver muita oferta para pouco tempo de visualização.
Porque já via algo semelhante dizendo pra causar curiosidade e geralmente não são efetivos a não ser que eu esteja interessado ou com o tempo livre.

- Conseguiu acompanhar bem a sequência do vídeo?

39 respostas





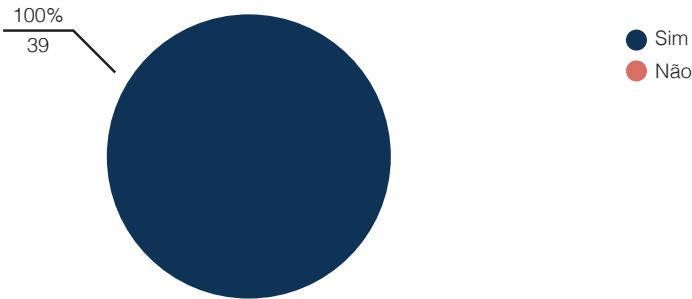
- Se respondeu "não" à questão anterior, porquê?

7 respostas

Tempo do GC
Acompanhei a lógica, porém não li todas as palavras.
Muito Rápido e numa língua que ainda preciso “traduzir” na cabeça
tive que voltar alguns momentos para rever os trechos. quis ler tudo.
Muito rápido
“Bem” é relativo. Se não fosse uma resposta binária, eu teria respondido que consegui acompanhar grande parte, mas não na sua totalidade. Algumas vezes tive que escolher um lado e ficar focado naquele grupo de palavras. Consegui acompanhar algumas palavras do outro lado com minha visão periférica, mas não todas as palavras, dos dois lados o tempo todo.
respondi sim, mas diria que porque ja fiz algo similar eu rapidamente pesquei a ideia

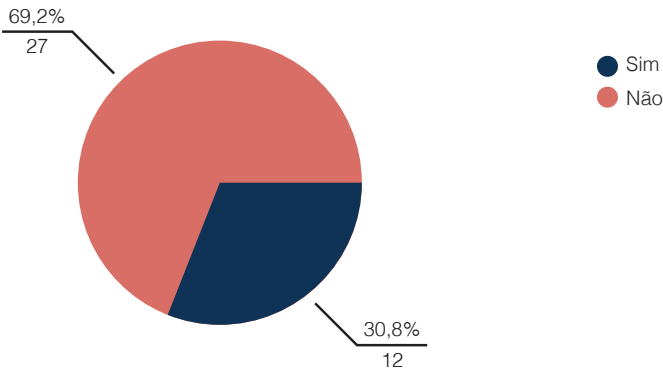
- As partes do vídeo que utilizam mais do que uma sequência de palavras tinham a intenção de provar os limites da atenção e da cognição humana. Acredita que o efeito foi concluído com sucesso?

39 respostas



- Em algum momento do vídeo sentiu desinteresse de alguma forma?

39 respostas



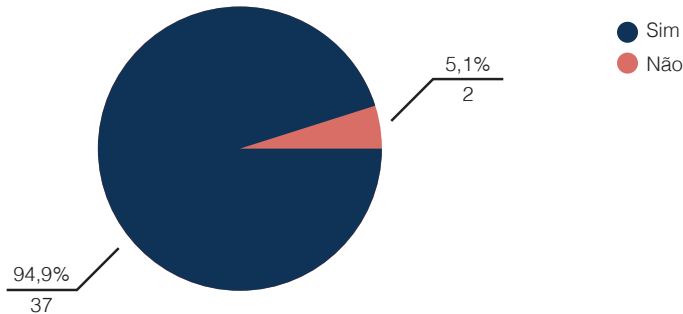
- Se respondeu "sim" à questão anterior, porquê?

12 respostas

por volta dos 2 mins a minha atenção começou a perder-se no entanto com a repetição do texto captou-a de novo.
Quando começou a repetir
Quando a sequencia se repete. Depois que percebi que eram pontos de vista diferentes me interessei novamente.
Quando a história voltou em loop, preferia ter lido outra história
no inicio, porque exigia demasiada atenção
Quando o texto começou a se repetir, eu reparei que a fonte e a cor eram diferentes, porém num primeiro momento fiquei achando que era só um loop da mesma animação, e o sentido de ser uma segunda opnião ficou dúbio por um periodo. MAS segui confiando que a história ia mostrar que queria dizer algo pois esses elementos (cor e fonte) me deram a indicação de que parecia a mesma coisa mas não era exatamente o mesmo. Não julgo que perdi o interesse, mas me tirou atenção da história LIGEIRAMENTE, pois fiquei pensando se era proposital, ou um erro. Talvez se a diferença fosse mais gritante, como uma fonte BEM mais grossa e claro, de cor diferente, isso não afetasse minha atenção. Então não diria que causou desinteresse, mas distorceu minha atenção levemente. SEM prejudicar a história.
Como disse antes, a proposta foi logo captada, acho que seria até mais impactante se fosse mais curto
quando apareceram palavras demais, me senti incapaz de acompanhar o vídeo
no meio da segunda repetição
Quando notei que a Parte 2 tinha o mesmo conteúdo textual da Parte 1, apesar da alteração de fontes, minha atenção começou a perder o foco.
Uma certa repetição nas palavras e estilo.
Por não conseguir acompanhar

- Levando em consideração o visual simplificado adotado, acredita que a estética cumpriu o objetivo de evitar um julgamento baseado no gosto pessoal?

39 respostas



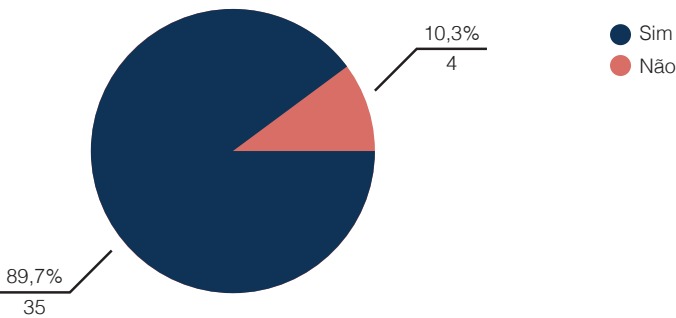
- Se respondeu "não" à questão anterior, porquê?

2 respostas

Como trabalho com direcao de arte, estou sempre julgando o visual. Acho que um design mais elaborado ajudaria a me atrair pro video.
Porque sendo designer eu naturalmente levo em consideração as famílias tipográficas escolhidas, principalmente quando não há personagens em cena e apenas texto. Mas minimiza, com certeza.

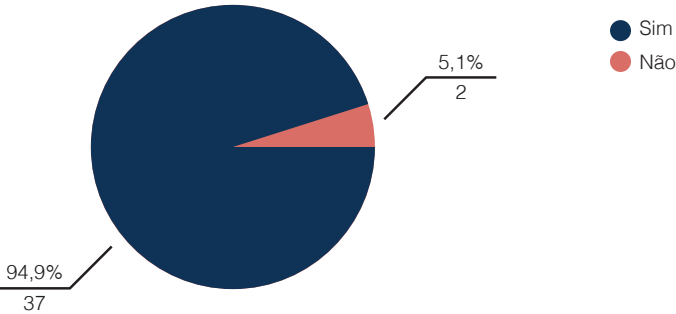
- Atente sobre a alteração visual entre as partes do vídeo. Acredita que esta alteração acrescentou valor à repetição da narrativa?

39 respostas



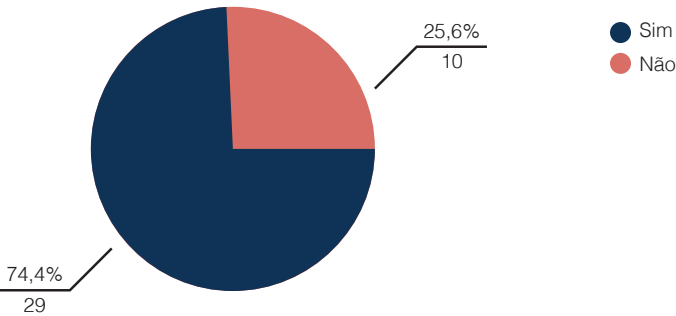
- Considerando que o vídeo tinha a ideia de abordar e expor a atenção e a percepção através da subversão de expectativas, acredita que este foi capaz de induzir tais expectativas sobre o decorrer dos acontecimentos?

39 respostas



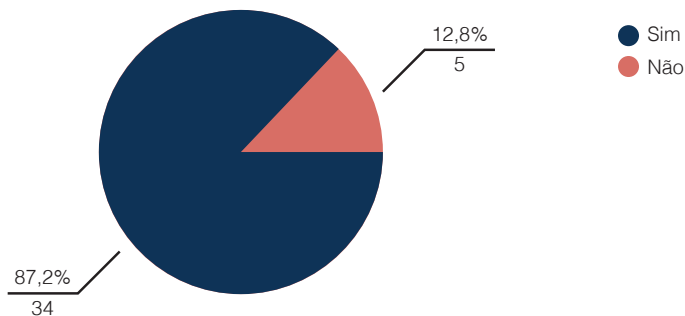
- O verdadeiro resultado dos acontecimentos foi capaz de gerar surpresa?

39 respostas



- Acredita que a narrativa das partes 1 e 2 foram suficientemente apelativas para o sucesso da proposta?

39 respostas



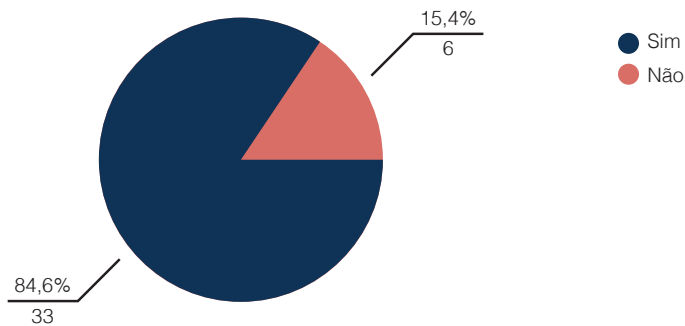
- Se respondeu "não" à questão anterior, porquê?

5 respostas

Não consegui entender a narrativa após ter assistido
Poderia utilizar os elementos gráficos de forma ainda mais contrastantes.
Acho que poderia ser ainda mais evidente a mudança da fonte/ponto de vista.
Gostaria de ter visto outra história ou a continuação da primeira
Não consegui ler as frases devido à rapidez

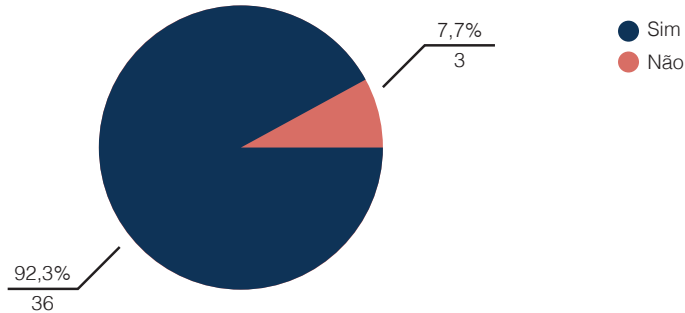
- Acredita que o tempo de vídeo foi o adequado para cativar a atenção dos espectadores durante toda a sua extensão?

39 respostas



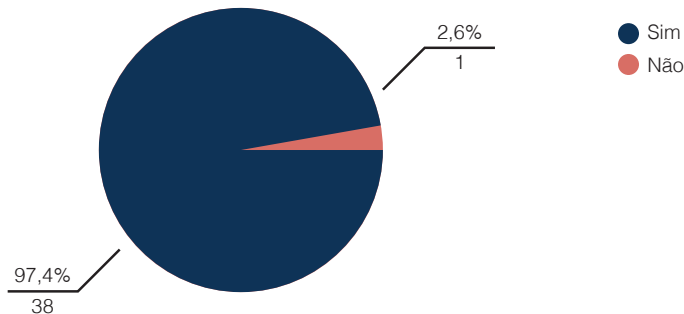
- Acha a mensagem de consciencialização da parte 3 obteve o devido impacto?

39 respostas



- Acredita que este projeto representa bem o tema e responde às questões a que se propôs?

39 respostas



- Caso tenha alguma opinião ou crítica construtiva que possa contribuir para a melhoria do projeto, deixe aqui:

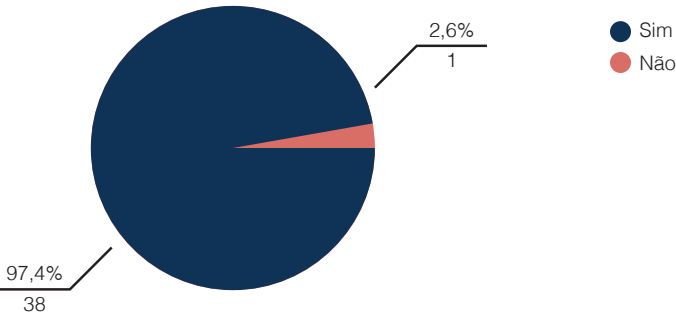
20 respostas

Um pouco mais curto, estaria perfeito
Achei que por vezes o texto estava rapido demais (no inicio principalmente), de uma forma em que era difícil de acompanhar, no entanto na 2ª parte com a repetição já entendia o contexto e já era mais facil acompanhar. Em relação ao tempo acho que um video de 2mins/2:30mins seria mais adequado para este tema.
Acho que minha opinião já comentei acima sobre as fontes. Mas achei muito criativo e interessante o uso da linguagem simples, e a exploração dessa simplicidade brincando com tempo, som, foco de atenção, posicionamento, efeitos para indicar emoções, sem sair da simplicidade. Achei uma contenção criativa e bem explorada da linguagem audio-visual.
Apesar de não ter entendido o fundamento do filme, eu gostei da maneira que o autor usou da animação para representouar as emoções e reações. Isso foi o suficiente para prender a minha atenção. Porém, a partir do começo da parte 2, me entediei bem rápido com a repetição e acabei perdendo o interesse
Pessoalmente eu sei que o nome chama AGAIN, mas a segunda parte achei um pouco desnecessaria.
Não sei se cabe aqui a observação, mas particularmente imagino que a tipologia e as cores poderiam ser mais atrativas. Talvez a minha curiosidade acerca do conteúdo fosse maior, mesmo com o comando de atenção no inicio ser para mim um fator de rejeição a princípio.
Talvez um texto um pouco mais curto ajude a manter a atencao e o entendimento da ideia mais facéis.
Está muito bem elaborado e o tempo exato antes do expectador perder o interesse.
Acredito que o vídeo cumpra o que é proposto, e apesar de ser apenas 3 minutos, sinto que a maior parte das pessoas vai perder logo o foco. Todavia, creio que isso também seja um ponto de interesse neste caso de estudo. E apesar de conseguir captar bem todas as sequências, penso que algumas delas estariam demasiado rápidas. Deduzo que seja intencional. No que toca ao grafismo, tal como já referi anteriormente, o facto de ser minimalista acrescenta ao projeto, assim como o uso de som está bem pensado e colocado.
Achei incrível, a linguagem chama atenção e prende. Sinceramente, fiquei esperando até mais. 3 minutos se passaram como ae fosse 1. A estética simplificada não brigoa com a proposta do video. INCRÍVEL!
Sendo o objetivo captar atenção, senti que a escolha de fontes estava muito bem feita devido ao "peso visual" de cada uma. Com isso dito, pessoas que estejam conscientes desse fundamento de design podem por vezes mudar o foco de atenção para algo baseado em gosto pessoal. No meu caso, o meu foco mudava para a fonte serifada sempre que possível devido a uma apreciação maior pela fonte mas quando se deu a "troca" tomei foco no esquema maior que estava a acontecer e consegui focar no que não tinha focado originalmente conseguindo assim completar a historia
A criação, argumento e realização são excelentes. Se o filme fosse mais curto, creio que até aumentaria o impacto da proposta. É uma crítica de um profissional do ramo, não sei se haveria a mesma reação do público
Fiquei tão intrigado pelo conteúdo e forma que tive que rever o video, e depois rever novamente parte deles. Fiquei agradavelmente surpreso.
O tempo de visualização poderia ser encurtado de modo a garantir presença de um maior número de visualizadores de modo a evitar uma dispersão precoce.
Se tiver interesse em eliminar totalmente o apelo do gosto pessoal tente utilizar apenas uma família tipográfica, mesmo que alterando as cores para induzir as falas dos "personagens".
a terceira parte deveria ser ligeiramente mais lenta

Achei a passagem do texto um pouco rápida, dificultando a leitura em certas alturas
poucas vezes precisei voltar pra rever algo, so agora no final quando perguntado sobre a parte 3 precisei rever e alguns momentos o texto passou muito rapidamente dificultando algum entendimento, por algum motivo eu precisei rever algumas vezes pra ler a palavra another antes do side... eu achei de maneira geral muito bom!
Caso eu, particularmente, tivesse conseguido seguir um pouco melhor as partes 1 e 2, suponho que as mensagens da 3 teriam sido mais fortes.
Talvez testar a mesma estrutura/edição com sound fx diferente na parte 2, para avaliar o quanto essa mudança altera a percepção visual.

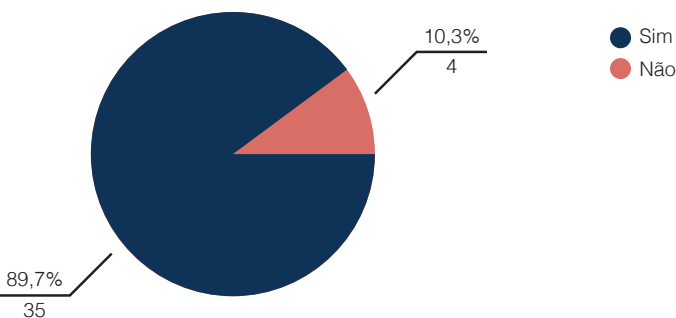
- Acredita que conteúdo criado com preocupação relativa a este tema é relevante para o ambiente da sociedade atual?

39 respostas



- Levando em consideração os tempos e as exigências das profissões criativas atualmente, acredita ser viável a realização de conteúdos com preocupações relativas a este tema no espaço profissional?

39 respostas



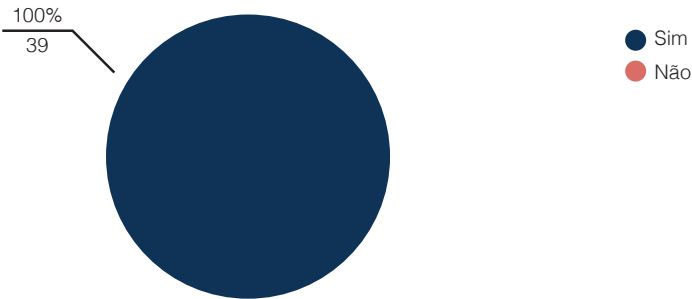
- Se respondeu "não" à questão anterior, porquê?

4 respostas

Acho que o designer tem que se adaptar às mudanças e demandas dos meios de comunicação.
Sempre tenho o objetivo e a preocupação de reter a atenção do usuário, mesmo em projetos executados rapidamente, mas nem sempre os stakeholders me disponibilizam o tempo hábil e necessário para pensar na melhor solução.
Acho difícil, pois hoje em dia o factual é o que mais importa. Quanto mais rápida a informação for gerada e o engajamento for proporcionado, mais rápido as informações e dados chegam até as pessoas, gerando assim mais venda e publicidade. Por mais que os tempos atuais sejam realmente caóticos com propagandas a cada segundo, seja onde vc estiver, o mercado profissional acaba gerando uma certa necessidade de consumo, e na briga por maior espaço, as marcas acabam dando mais importância pras vendas.
Pois cada vez mais o defeito/ruído na percepção é uma ferramenta consciente de comunicação.

- As técnicas de criação que envolvem a percepção, a atenção e os conhecimentos sobre estes temas são relevantes para a área onde você atua?

39 respostas



- Se respondeu "sim" à questão anterior, de que forma? Se respondeu "não", porquê?

39 respostas

Narrativa
É importante perceber como "prender" a atenção das pessoas que visualizam o nosso trabalho, sendo que há tanta oferta é necessário saber o que capta e influencia as pessoas a lembrarem-se e continuaver a ver o nosso trabalho, quer seja video/musica/arte/etc...
Trabalho com a criação de imagens para fins comerciais, então basicamente a manipulação da atenção do visualizador é parte integrante do trabalho.
Sim, porque é basicamente estética em prol da comunicação. Comunicar e passar sentimentos humanos usando simples textos bi-dimensionais é efetivo pra chamar atenção e levar o foco à mensagem e não ao efeito/técnica.
Produzir conteúdo a custos baixos
Trabalho em um ramo criativo (publicidade)
normalmente na area de efeitos, voce pode tere efeitos que sao "pano de fundo" e efeitos que sao protagonistas "heroi" na cena. Alguns efeitos so estao ali para compor e as vezes sao invisiveis, porem se nao estivessem la, a cena ficaria sentindo falta.
Em um mundo onde a competição e a oferta de conteúdo na internet é enorme, quanto maior a capacidade de reter a atenção do consumidor ou espectador, melhor.
Sendo designer, trabalho sobretudo com referências visuais. Penso que é importante tentar entender a percepção de outrém e a forma como este dirige a sua atenção a determinadas características gráficas face a outras.
Precisamos saber usar as ferramentas se quisermos mudar a forma como percebemos
Trabalho com Comunicação. Está cada vez mais difícil fugir da "gritaria" da polarização
No design tudo é sobre captar a atenção do espectador no momento certo. Através do design, contam-se muitas histórias e procuram-se passar muitas mensagens e precisamos de espectadores/utilizadores/leitores disponíveis e com disposição para as ouvirem/lerem/verem. Por essa razão, a capacidade de captar a atenção deles (principalmente num curto espaço de tempo) e de guiar essa atenção num determinado rumo é fundamental para a nossa área e são fatores que nos distinguem de "outros contadores de histórias".
Audiovisual é minha área, embora executiva
Apelo visual simplista. Dinamismo na comunicação.
sabendo o publico alvo voce cria o visual para atingi-lo.
Atenção do espectador e direcionamento do foco são primordiais para composição de cena e acompanhamento da sequencia.
atualmente trabalho em publicidade e branding e a primeira regra de ouro que aprendi com os meus seniores criativos foi que algo não é suposto ter medidas certas mas sim, parecer que as tem. O olho humano não treinado, não está habituado a muitas das práticas no mundo do design então é necessário pequenos truques de percepção
Porque leciono com o auxílio de slides e vídeos e quero manter os alunos focados
porque trabalho em comunicação e a atenção e concentração é essencial
Trabalhando na área de comunicação, qualquer tópico relacionado a percepção e como cativar a atenção do meu público é do meu interesse.
sou um profissional de comunicação sempre preocupado se a mensagem foi entregue de forma que o público entenda, absorva e leve à reflexão

Efeitos visuais dependem totalmente da percepção e atenção do espectador
um jornalista precisa que a informação chegue ao espectador sem ruídos
Trabalho com produção de comerciais para TV e mídias digitais. A questão da atenção é vital para o sucesso do nosso trabalho.
achei interessante subverter o conteúdo usando a forma como mensagem principal
Como sou da área audiovisual, técnicas que envolvam a percepção sempre são interessantes de serem testadas.
O minimalismo tanto da imagem como da trilha sonora, paradoxalmente, empoderam a narrativa, a tornam mas aguda e visceral.
Somos constantemente bombardeados por conteúdos e informações, criar conteúdos que se destacam e prendem a atenção do usuário final é um grande desafio.
São uma forma fulcral de manter todo o processo criativo em ordem.
A utilização do tempo para a atração do expectador é inevitável daqui pra frente.
Ao animar um personagem, ou fazer uma caricatura, é preciso enfatizar aspectos para delinear a narrativa e suprimir outros por sua irrelevância dentro do contexto almejado.
para comunicar melhor
Nas áreas criativas, todo e qualquer profissional tem que tentar chamar a atenção de alguma forma. Seja pelos sentidos, estímulos ou geração de novas sensações. No nosso mercado, toda e qualquer sensação gerada é importante, pois agrega sempre um tipo de valor a marca ou propaganda proposta. O conteúdo hoje em dia continua a ser importante, mas não podemos deixar de lembrar do factual. Quanto mais rápido, dinâmico e direto melhor. Grandes marcas exigem grandes propostas e ideias criativas, mas quanto mais as marcas forem vistas e faladas melhor para as vendas.
Procuo passar conteúdos complexos de maneira simples através de vídeos curtos e frases de impacto.
Hoje, mais do nunca, é preciso reter a atenção dos espectadores
Pois trabalho com produção audiovisual de conteúdo em diversos formatos, mídias e durações.
Te fazer pensar
quem trabalha com audio visual ja faz esse exercício de curadoria do que é importante mostrar, de como construir a narrativa, faz parte da minha area de atuação de uma forma profunda e indissociável. nós trabalhamos inclusive com todos os truques para guiar a atenção doe spectator, desde o enquadramento, plano focal até a direção de camera e dos atores/personagens, edição, jogando fora muita coisa e deixando apenas o supra sumo necessário pra costurar uma narrativa concisa e solida.
Devido ao facto de produzir videos multimédia onde a finalidade é a aprendizagem de um determinado conteúdo, é muito importante captar a atenção do aluno e ter a sensibilidade e capacidade para perceber o que é útil estar incluído na cena.

- Se tiver alguma opinião ou crítica construtiva sobre o tema e a sua abordagem, pode deixar aqui:

8 respostas

Poderia ser mais curto
Acho que o tema e a sua execução está bem conseguida e o trabalho em si está bastante bom! Gostei da ultima frase do projeto "dont accept the first perspective, é um pensamento que tenho e que me identífico.
Por muito que quisesse deixar uma critica construtiva, de momento não tenho nenhuma. Apenas acho que o resultado final seja um video é uma mais valia, precisamente pela conjugação de estímulos visuais como auditivos.
Apesar de ter apreciado bastante vídeo, e até me divertido com ele, não pude deixar de pensar que obter esse resultado com texto é provavelmente mais "fácil" do que com imagens. Seria um desafio interessante para um segundo trabalho.
Realmente é preciso refletirmos sobre o bombardeio de informações a que estamos cada vez mais submetidos sem que haja um ganho real de conhecimento e/ou senso crítico. Antes pelo contrário, a avalanche de estímulos muitas vezes reduz nossa capacidade crítica.
Penso que a única crítica construtiva referente a este projecto encontra-se na duração do vídeo e no espaço de captação visual médio do seu visualizador.
Está ótimo, gostei do tempo do video, do audio e da disposição dos textos.
Achei extremamente interessante como mesmo com a alta velocidade da narrativa conseguimos fazer uma leitura dinâmica de tudo que tá sendo dito. acho que esteticamente poderia ter sido utilizado algumas coisas mais interessantes como o famoso filme all type da apple, mas entendendo o estudo do minimo de design necessario pra nao afetar o resultado, mas talvez um tiquinho disso faria uma grande diferença em elever visualmente o filme/experiencia



- Este espaço é para, caso deseje, deixar comentários finais relativos ao projeto:

22 respostas

Keep the good work and keep growing!
Achei tudo bem legal.
Belíssimo trabalho e excelente criatividade na execução
Boa sorte com o prosseguimento do projeto! Espero ter ajudado.
Ótima escolha do tema e a forma como foi desenvolvido. Parabéns, Leo.
Só quero desejar sucesso e boa sorte com este projeto!
Achei simplesmente genial
Gostei muito de todo o projeto. Penso estar muito bem conseguido a todos os níveis e considero, sobretudo, que passa uma mensagem muito importante (e que é transversal às várias áreas da vida). Excelente proposta, muitos parabéns! :)
Boa jornada ! Sucesso !
Parabéns. Realmente intrigante e gostoso de ver.
Leo, desejo muito sucesso no seu curso e na sua carreira.
Apesar da minha restrição a tamanho da minutagem, é uma proposta inovadora sobre um tema tão presente e, acima de tudo, dá prazer em assistir. Fala-se que um imagem vale mais do que mil palavras. Aqui as palavras viraram imagens. Genial!
Projeto relevante, abordando uma "falha" dos novos meios de comunicação. Mostra a facilidade que o espectador pode ser facilmente manipulado por alterações de tempo de edição, posição do foco de atenção na tela, etc...alterando assim a sua capacidade de atenção e percepção do conteúdo.
Como eu disse, achei o resultado surpreendentemente agradável de acompanhar e pensar a respeito. Vi mais de uma vez, e apreciei devidamente a revisão. O conteúdo é sagaz e pertinente, apresentado de uma forma muito contundente. Bom trabalho.
Parabéns pela iniciativa e pela criatividade, achei uma ótima sacada toda a concepção e a realização, PARABÉNS.
Excelente tema e muito bem elaborado no filme. Espero que o autor possa continuar a desenvolver trabalhos que questionem e critiquem mais este importante assunto.
Parabéns pelo projeto e pelo vídeo! Sucesso!
Talvez, apenas talvez utilizar alguma musica de fundo para complementar e aguçar mais os sentidos. valeria um teste
Parabéns pela iniciativa. Eventualmente, dependendo da área de atuação, isso é algo que utilizará diariamente no exercer da profissão.
Parabéns
Parabéns pela escolha da pesquisa! Caso possível, adoraria ler o trabalho de conclusão.
Achei legal demais!